
Crowdfunding para la Financiación de Microproyectos de Desarrollo en la República Dominicana

Tutora: Celia Fernández Aller

Greicy Ruiz Olivero

Máster en Tecnología para el
Desarrollo Humano y la
Cooperación

MAYO 2015



POLITÉCNICA





Tesis de Máster

Título Crowdfunding para la Financiación de Microproyectos de Desarrollo en la República Dominicana.

Realizada por Greicy Ruiz Olivero

Universidad Universidad Politécnica de Madrid

Dirigida por Celia Fernández Aller

Esta obra será distribuida bajo la licencia Reconocimiento-NoComercial-Compartir-Igual (Attribution-Non Commercial-Share Alike)



CC BY-NC-SA

Dedicatoria

Dedicada a mis abuelos Wenceslao Ruiz, Manuel Emilio Olivero y Grecia Gómez.
También a mi tío Pascual Olivero, que ya no están en este mundo pero mientras
estuvieron me hicieron muy feliz.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a Dios por todo lo que me da, las oportunidades, la fortaleza, la dedicación, paciencia y pasión para realizar exitosamente todo lo que me proponga.

A mis padres, Lucrecia Olivero Gómez y Gustavo Adolfo Ruiz García, por darme la vida, preocuparse siempre por mi formación y que sea una mujer de bien y provecho para la sociedad.

A mis hermanas Joelly Ruiz y Perla Ruiz por acompañarme casi toda la vida e influir grandemente en seguir siempre adelante y hacerme compañía en el maravilloso viaje de la vida.

A mis compañeros de Máster en especial a Maria Dolores Melenciano, Frami de Jesus, Yosemite Polanco y Sandra Rodesa, que al llegar a España hemos pasado juntas muchos momentos buenos pero también de reflexión, apoyo, trabajo en equipo y dificultades que depara ir a un país extranjero en búsqueda de mejorar.

Por último agradezco especialmente a mi tutora Celia Fernández Aller, por estar desde el principio del Máster atenta y disponible siempre en ayudarme, y en momentos difíciles aceptar ser mi tutora y guiarme siempre por el mejor camino,. Siempre estaré muy agradecida con usted.

ÍNDICE DE CONTENIDO

6

Índice de Figuras	7
Índice de tablas	7
RESUMEN EJECUTIVO	10
ABSTRACT	12
1. INTRODUCCIÓN	14
2. ESTADO DEL ARTE	16
3. OBJETIVOS	19
3.1 Objetivo general	19
3.2 Objetivos específicos	19
4. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	20
5. EL CROWDFUNDING COMO UNA FUENTE ALTERNATIVA DE FINANCIACIÓN A PROYECTOS DE DESARROLLO	21
5.1 Funcionamiento del crowdfunding	24
5.2 Modelos de crowdfunding	31
5.3 Crowdfunding en la actualidad	35
6. ANÁLISIS DEL CROWDFUNDING PARA MICROPROYECTOS DE DESARROLLO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA	39
6.1 Análisis del financiamiento del tercer sector en República Dominicana	42
Panorama general	42
Financiamiento	45
Tecnología	47
6.2 Análisis de resultados sobre la percepción del crowdfunding	48
7. CASO DE ESTUDIO	55
7.1 Plataforma Dominicana de Crowdfunding Jompéame	55
7.2 Campaña social regala un cuaderno para un niño de mi barrio	60
7.3 Crowdfunding Solidario en España	68
7.4 Estudio de oportunidades y dificultades del crowdfunding en la República Dominicana	73
8. CONCLUSIONES	76
BIBLIOGRAFIA	80
ANEXOS	85

Índice de Figuras

Figura 1. Proceso del Crowdfunding	25
Figura 2. Línea de tiempo del Crowdfunding	27
Figura 3. Red de confianza del crowdfunding	29
Figura 4. Proyectos sociales vía plataforma crowdfunding	30
Figura 5. Modelos de crowdfunding más usados	34
Figura 6. Volumen de recaudación de plataformas crowdfunding en Latinoamérica y España con el resto del mundo	36
Figura 7. The crowdfunding world map 2012	37
Figura 8. Actividades de crowdfunding financieras y no financieras	38
Figura 9. Participación de donantes en el tercer sector en República Dominicana	45
Figura 10. Participación según donación año 2006-2009	46
Figura 11. Porcentaje del conocimiento del crowdfunding en el tercer sector	48
Figura 12. Proyectos del tercer sector financiados por crowdfunding	49
Figura 13. Promoción de proyectos vía internet Fuente: elaboración propia	51
Figura 14. Disposición de usar crowdfunding para financiar proyectos en República Dominicana	52
Figura 15. Principal fuente de financiación	53
Figura 16. Plataforma de Crowdfunding Dominicana Jompéame	56
Figura 17. Proyectos de emprendedores dominicanos en la plataforma jompéame	58
Figura 18. Proyectos sociales presentados en la plataforma Jompéame	59
Figura 19. Campaña social regala un cuaderno para un niño de mi barrio	60
Figura 20. Participación en la campaña social regala un cuaderno para un niño de mi barrio ..	61
Figura 21. Sensibilización a los niños de Hato Mayor	62
Figura 22. Campaña solidaria de la plataforma crowdfunding mi grano de arena	71
Figura 23. Campaña crowdfunding Haz lo posible	71
Figura 24. Plataforma solidaria SmileMundo	72
Figura 25. Perfil de República Dominicana	85
Figura 26. Población dominicana	86
Figura 27. Datos de interés de la República Dominicana	86

Índice de tablas

Tabla 1. Modelos de Crowdfunding	32
Tabla 2. Modelos de Crowdfunding para países de Latinoamérica y España	34
Tabla 3. Distribución de las ASFL según sector de actuación	44
Tabla 4. Lista de categorías o secciones plataforma Jompéame	63
Tabla 5. Requisitos para presentar un proyecto en la plataforma jompéame	65

Tabla 6. Datos de interés la plataforma Jompéame	67	
Tabla 7. Plataforma de crowdfunding solidarias en España	68	8
Tabla 8. Adopción de tecnologías de la República Dominicana	87	
Tabla 9. Composición porcentual de los hogares, por tenencia de servicio a internet, según características socioeconómicas	87	

Abreviaturas y Acrónimos

AECID	Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo
ASFL	Asociaciones sin fines de lucro de la República Dominicana
BBVA	Banco Bilbao Vizcaya Argentaria
CEI-RD	Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
IDH	índice de desarrollo humano
ITBIS	Impuesto sobre las transferencias de bienes industrializados y servicios
ONE	Oficina Nacional de Estadística de la República Dominicana
ONG	Organización sin fines de Lucro
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
UPM	Universidad Politécnica de Madrid

RESUMEN EJECUTIVO

La financiación para el desarrollo es un tema que siempre debe ir a la vanguardia en el mundo de la cooperación, ya que sin los suficientes recursos es muy difícil lograr la materialización de cualquier ayuda y su futuro seguimiento.

La gestión de recursos para proyectos de desarrollo debe ser de carácter solidario y participativo, es decir, mientras más se involucren las personas más fuerza, entusiasmo, duración y posibilidades de éxito tendrá cualquier iniciativa de cooperación.

El Crowdfunding es una herramienta poderosa que funciona por la solidaridad de muchos para conseguir ayudar a otros, y esta sensibilización guiada por una buena motivación logra involucrar a las personas en los proyectos, no solo los beneficiarios sino todo aquel que sienta empatía por ayudar y colaborar, abrazando la iniciativa y corriendo la voz a más personas para sumar fuerzas.

Se analiza el Crowdfunding como herramienta innovadora para gestión de fondos en microproyectos de cooperación en países en vía de desarrollo. Para este estudio se escogió a la República Dominicana por sus constantes e innovadores microproyectos, microiniciativas de ayuda y cooperación para diversos fines, también por la apertura tecnológica que ha comenzado asumir el país y la cantidad de personas

de todas las edades que tienen acceso a internet, aparatos tecnológicos y cuentas en redes sociales.

Por último y no menos importante, la República Dominicana es uno de los países en el que se centra la Cooperación Española según el IV Plan Director de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) 2013-2016. Siendo pertinente el estudio de esta herramienta de cooperación multitudinaria con el objetivo de que a mediano o largo plazo sea sostenible, exitoso y participativo.

Palabras claves:

Crowdfunding, financiación colectiva, tecnologías, internet, microproyectos, iniciativas, colaboración, tercer sector, cooperación al desarrollo.

ABSTRACT

Seeking funding for development projects is an issue that should always be at the forefront in the world of cooperation, because without sufficient resources is very difficult to achieve the realization of any help and future monitoring.

Resource management for development projects should be supportive and participatory, i.e, the more people more strength, enthusiasm, duration and chances of success will involve any cooperation initiative.

The Crowdfunding is a powerful tool that works for solidarity of many to get help others, and this awareness guided by a good motivation does involve people in the projects, not only the beneficiaries but anyone who feels empathy for aiding and abetting embracing the initiative and spreading the word to more people to join forces.

Crowdfunding is analyzed as an innovative tool for managing funds in micro-cooperation in developing countries. For this study chose the Dominican Republic for its constant and innovative microinitiatives aid and cooperation for various purposes, also by technological openness that has begun to assume the country and the number of people of all ages who have access to internet, technological devices and social networking accounts.

Last but not least, the Dominican Republic is one of the countries where the Spanish Cooperation focuses IV according to the Master Plan for Spanish Agency for International Development Cooperation (AECID) 2013-2016. Be relevant to study this tool massive cooperation with the objective of medium to long -term sustainable, successful and participatory.

Keywords:

Crowdfunding, collective financing, technology, internet, projects, initiatives, collaboration, third party, development cooperation.

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se realiza como Trabajo de Final del Máster en Tecnología para el Desarrollo Humano y la Cooperación de la Universidad Politécnica de Madrid, supervisado por la profesora Celia Fernández.

En la primera parte del trabajo se presenta el estado del arte, en el cual se encuentra el marco teórico, antecedentes y evolución del Crowdfunding. Seguido de este el objetivo general, que especifica lo que se quiere alcanzar en el trabajo y los objetivos específicos que son la manera en que se va lograr alcanzar el objetivo general. Luego la metodología empleada para el desarrollo del trabajo y la efectiva recolección de datos.

El segundo apartado presenta un panorama general del Crowdfunding en la actualidad, su importancia, modelos existentes, perspectivas de futuro, funcionamiento y por qué se le considera como una herramienta alternativa y altamente potencial de financiación.

En la tercera parte se encuentra el análisis del Crowdfunding en la República Dominicana y el desarrollo del tema principal de investigación. Se compone de casos de estudios, de la forma en que las Organizaciones no Gubernamentales (ONG) financian proyectos de desarrollo en República Dominicana y como funciona, pero a la vez cómo es acogido el Crowdfunding por este sector.

Por último las conclusiones extraídas a las que se han llegado luego de los análisis e interpretaciones del trabajo completo.

2. ESTADO DEL ARTE

Se estima que el Crowdfunding remonta sus orígenes aproximadamente en los años 1700 por el Irlandés Jonathan Swift al crear un sistema de pequeños préstamos a familias de escasos recursos sin cobrar intereses (Hollis, 1996; Ibberson, 2013). Sus orígenes en forma de préstamos sociales para familias numerosas en condiciones de pobreza (principalmente en zonas rurales) aquejados por enfermedades y de grandes carencias de necesidades básicas hizo que el autor Jonathan Swift creara el fondo de préstamo para comerciantes pobres (Everett, 2013). De ahí comienza a nacer lo que es ayudar a los necesitados a través de préstamos de pequeña escala sin intereses, llamando la atención de varias personas en colaborar y participar en la iniciativa.

También se habla del origen del Crowdfunding a nivel de desarrollo y alivio a la pobreza, a la creación del banco para los pobres *Grameen bank* creado por Muhammad Yunus en 1983, en el cual se prestaban pequeñas cantidades de dinero a personas pobres con la única garantía de la confianza. Este dinero en un principio fue recaudado a través de particulares y fundaciones que creían en el experimento de Yunus de que es lucrativo y beneficioso prestar dinero a los pobres (Spiegel, 2007). Estos pequeños préstamos eran para ayudar a las personas de Bangladesh de las zonas rurales principalmente para obtener medios de subsistencia y hacer que esto fuera sostenible para ellos, porque una vez obtenían el préstamo debían retornarlo con

intereses y esto les fomentaba a tener microproyectos y microiniciativas que pudieran generarle un beneficio, salir adelante y retornar el préstamo.

Al analizar los orígenes del Crowdfunding puede apreciarse que viene muy atado al microcrédito en un principio, pero siempre con carácter solidario en su trasfondo ya que nace con el fin de aliviar la pobreza o mejorar la calidad de vida de las personas a quienes eran destinadas estas pequeñas sumas de dinero.

A medida que pasaba el tiempo, diversas actividades para recaudar fondos por multitud se hacía cada vez más popular y aceptada. En el mundo de la cooperación estas acciones tenían ciertos grados de aceptación principalmente porque el donante formaba parte de las iniciativas. Esto es bien visto en recolección de fondos para personas que padecen enfermedades, mejorar la educación, ayuda a la niñez, a incapacitados, mayores, situación de desastres naturales y otras causas de índole social vulnerable. Pero también en actividades que promuevan el deporte, cultura, tolerancia, asistencia social, el desarrollo de capacidades y la inclusión social, son altamente apoyadas por multitud de personas que entienden que con su apoyo crean una sociedad más justa y se alcanza un mayor nivel de bienestar.

Pero, a razón de que se vive en un mundo rápidamente cambiante y altamente influenciable por las nuevas tecnologías, el simple hecho de colaboración ha transcendido las barreras geográficas, no limitándose a una comunidad, ciudad, provincia y/o país. El Crowdfunding por igual se ha adaptado a esto y entiende que para llegar a más debe ir a más, entonces se crean las plataformas en internet donde

los beneficiarios hacen sus aportes a cualquier actividad que se quiera apoyar sin importar en que parte del mundo se encuentren.

De esta manera la tradicional forma de recolección de fondos face-to-face llega ahora a través de los dispositivos tecnológicos gracias a internet, creándose plataformas online y dando referencia al Crowdfunding como una actividad que se realiza a través de este medio.

3. OBJETIVOS

Se persigue alcanzar mediante este estudio los siguientes objetivos generales y específicos:

3.1 Objetivo general

Analizar el Crowdfunding como herramienta innovadora para la gestión de fondos en microproyectos de cooperación al desarrollo e iniciativas solidarias en República Dominicana.

3.2 Objetivos específicos

- Investigar el panorama general y el grado de aceptación del Crowdfunding en la República Dominicana.
- Determinar e identificar la participación del tercer sector que utilizan plataforma de Crowdfunding.
- Detectar oportunidades y dificultades que podría tener financiar microproyectos de cooperación y/o desarrollo a través del Crowdfunding.

Con el logro de estos objetivos se conocerá la situación actual del Crowdfunding en la República Dominicana, y determinado el grado de conocimiento y aplicación de la herramienta para así poder hacer futuras recomendaciones de mejora con el fin de poder financiar más proyectos de cooperación y desarrollo.

4. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Para la realización del estudio sobre el Crowdfunding en el mundo y en la República Dominicana se tomó como proceso metodológico lo siguiente:

- Extenso análisis de literatura a nivel académico y profesional sobre el Crowdfunding. revisando diversas publicaciones, estudios, ensayos y artículos sobre el tema para tener una visión global y particular del mismo.
- Gran parte de la data utilizada para los análisis fueron levantadas vía encuestas a diversas organizaciones solidarias y sin fines de lucro en República Dominicana para conocer cuales usan plataforma Crowdfunding y evaluar el nivel de participación, y aceptación de la herramienta.
- Entrevistas a plataformas Crowdfunding dominicanas y a especialistas en el tema.
- Presentar el funcionamiento de plataformas españolas para detectar similitudes y diferencias con las dominicanas.
- Caso de estudio.

5. EL CROWDFUNDING COMO UNA FUENTE ALTERNATIVA DE FINANCIACIÓN A PROYECTOS DE DESARROLLO

Definición de Crowdfunding

Diferentes autores definen lo que es el Crowdfunding, en este apartado se enumeran algunos aportes de los mismos con el fin de tener una definición propia, pero a la vez conocer diferentes aspectos que se puede apreciar de varias definiciones que quizás en una sola no basten.

“Crowdfunding es una manera de financiar proyectos, negocios y prestamos, a través de pequeñas contribuciones por medio un gran número de contribuyentes, en vez de un gran monto de dinero proveniente de pocos contribuyentes. Las contribuciones se hacen directamente por medio de plataformas en internet en vez de en un banco o mercado de valores” (Baeck; Collins; Westlake, 2012).

“El Crowdfunding es el esfuerzo colectivo de muchas personas que abren redes y recursos para apoyar esfuerzos de iniciativas de otras personas u organizaciones. Usualmente se hace via internet. Proyectos y negocios particulares son financiados por pequeñas contribuciones hechas por muchas personas, permitiendo la creación de inventores, emprendedores y empresarios utilizar esa red para aumentar su capital” (Gajda; Walton, 2013).

“Crowdfunding es la habilitación del internet para que empresas y organizaciones recauden dinero” (Banco Mundial, 2013).

“El Crowdfunding es un modelo financiero que responde a tres preguntas fundamentales acerca de cómo opera la economía: 1 ¿Quién define qué proyecto merece ser financiado? 2 ¿Cómo se puede garantizar que el proyecto va a un público específico de interés? 3 ¿Qué podemos hacer para reducir la exposición sistemática de los empresarios al riesgo de que no logren cubrir sus costos de puesta en marcha? Los problemas complejos requieren soluciones simples. ¿Qué pasa si los clientes proporcionan financiación? Esa es la esencia del Crowdfunding” (Rubinton, 2012)

Concepto general

Se entiende por Crowdfunding como la financiación colectiva o en masa que suele llevarse frecuentemente a través de internet, mediante plataformas online diseñadas para este propósito. La palabra proviene del idioma inglés donde (**Crowd** = Masas, multitud o colectivo) y (**Funding**= financiación) consistiendo en “la puesta en marcha de proyectos mediante aportaciones económicas¹” básicamente consiste en solicitar a las personas aporte o ayuda monetaria de manera voluntaria o a donativo para financiación de proyectos o iniciativas, que generalmente suelen ser de carácter artístico, solidarios (cooperación, desarrollo, educación, salud, medio ambiente) empresariales como (emprendedores de ideas de negocios, estudios y análisis científicos, otros).

Si bien la financiación colectiva es una metodología ya conocida, aplicada y ampliamente popular para financiar actividades, proyectos e iniciativas. El concepto Crowdfunding hace referencia a la financiación online a través de plataformas electrónicas en donde se publica una serie de información sobre el proyecto que necesita ser financiado y las pautas a seguir para colaborar en el mismo.

El Crowdfunding podría verse como una evolución con el factor tecnológico a lo que es el donativo solitario en masas. Este persigue financiar iniciativas, actividades o

¹Rivera Butzbach, Eric. 2012 “Crowdfunding: la eclosión de la financiación colectiva un cambio tecnológico, social y económico”. 1ª edición.

proyectos a través de un llamado a todo aquel que quiera participar, usando la tecnología como aliada acorde a los nuevos tiempos y que es de mayor acceso, y en cierta medida menos costosa. No es lo mismo avisar a amigos y relacionados a reunirse para hablar de tu propuesta y de que necesitas ayuda para financiarlo o ir a un banco y solicitar un préstamo, que subir tu solicitud a internet donde increíblemente la gente se siente más segura para hacer dicha donación y le es más fácil propagarlo a sus amigos, familiares y relacionados para la colaboración continua del mismo.

5.1 Funcionamiento del Crowdfunding

Para llevarse a cabo el proceso de Crowdfunding, participan 3 grandes componentes:

- a) El emprendedor o aquel que busca financiar su proyecto, iniciativa o idea.
- b) Una plataforma electrónica online que es donde se presenta aquel plan que requiere financiación.
- c) Los colaboradores que son aquellos quienes financian el proyecto o la realización de la idea del emprendedor.

Por lo general el proceso inicia cuando el emprendedor presenta a través de la plataforma electrónica online su propuesta detalladamente sobre en qué consiste lo que quiere lograr y cuánto necesita para llevarlo a cabo, para esto se coloca un monto

de financiación meta que es al que debe llegarse para que una vez terminado el periodo o plazo de tiempo en el cual se pueda colaborar se le entregue el dinero.

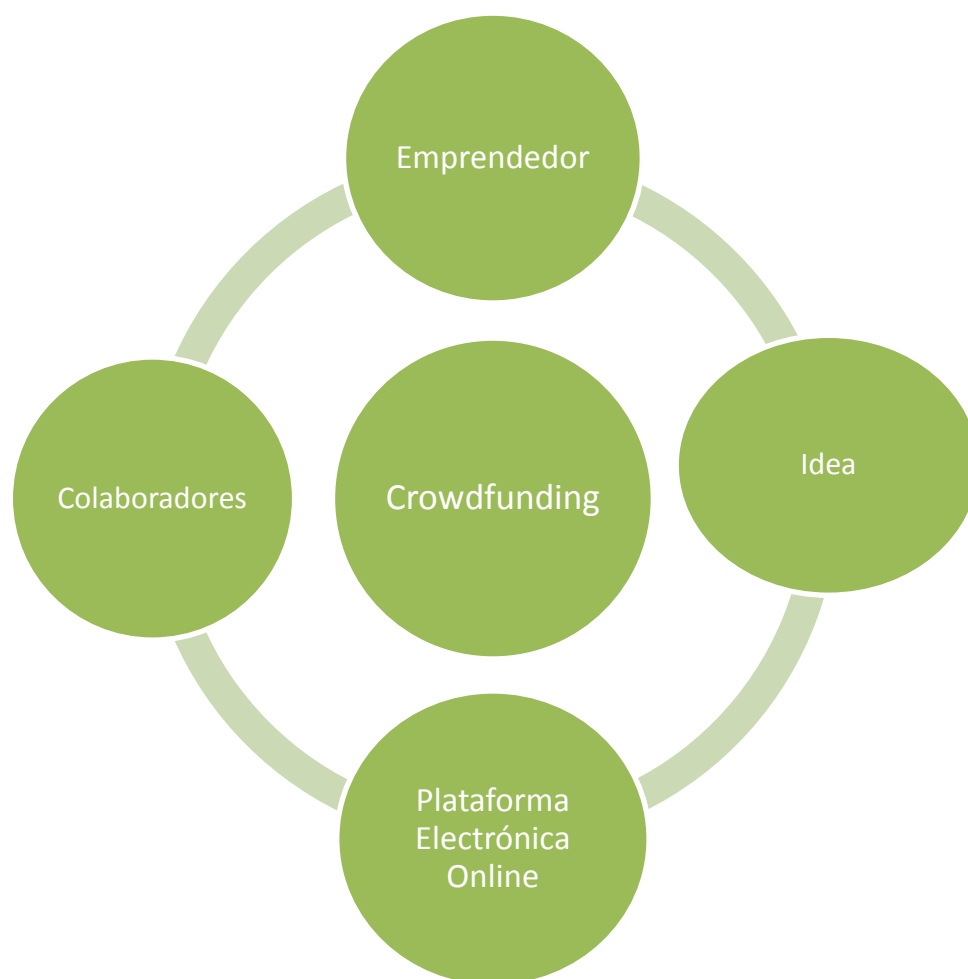


Figura 1. Proceso del Crowdfunding

Fuente: elaboración propia

Casi en todas las plataformas de Crowdfunding existe una cantidad objetivo o meta a llegar para que el proyecto llegue a materializarse y los fondos lleguen al beneficiario, en caso de no cumplirse esa meta, los fondos no son desembolsados y no se financia el proyecto. Esto no es así en todas las plataformas, algunas entregan el dinero a pesar de no haberse llegado a la meta, estos casos se verán más adelante.

A todo esto, las plataformas de Crowdfunding cobran en promedio un 5% del valor total alcanzado al culminar el tiempo establecido, si se logra la meta la plataforma cobra el 5%, dada las circunstancias de que no se logre no se cobra como es el caso de KickStarter (Freedman y Nutting, 2014). También algunas plataformas no entregan el dinero recaudado al emprendedor si la recaudación no llega al monto meta establecido desde el principio en el tiempo acordado para desarrollarse la etapa de financiamiento, es decir, que si un proyecto requiere de 10,000€ (diez mil euros) en el tiempo pautado de 1 mes y al finalizar el mes no se han llegado a recaudar los 10,000€, el dinero no se le ingresa al emprendedor y la plataforma no cobra el 5% de gestión. Otras sin embargo cobran el porcentaje de gestión haya llegado o no al monto objetivo, y también hay casos en los cuales a pesar de que el emprendedor no haya podido llegar al monto meta, se le ingresa lo recaudado hasta el momento de cierre de periodo.

Además de financiar proyectos el Crowdfunding ayuda a dar a conocer sobre la iniciativa y darle más popularidad para llegar a más medios y tener mayor probabilidad de éxito (Steinberg y DeMaria, 2012).

A continuación se muestra una línea de tiempo que presenta cómo ha ido evolucionando el Crowdfunding desde que se conoce como método financiero y herramienta tecnológica de financiación de ideas y proyectos.

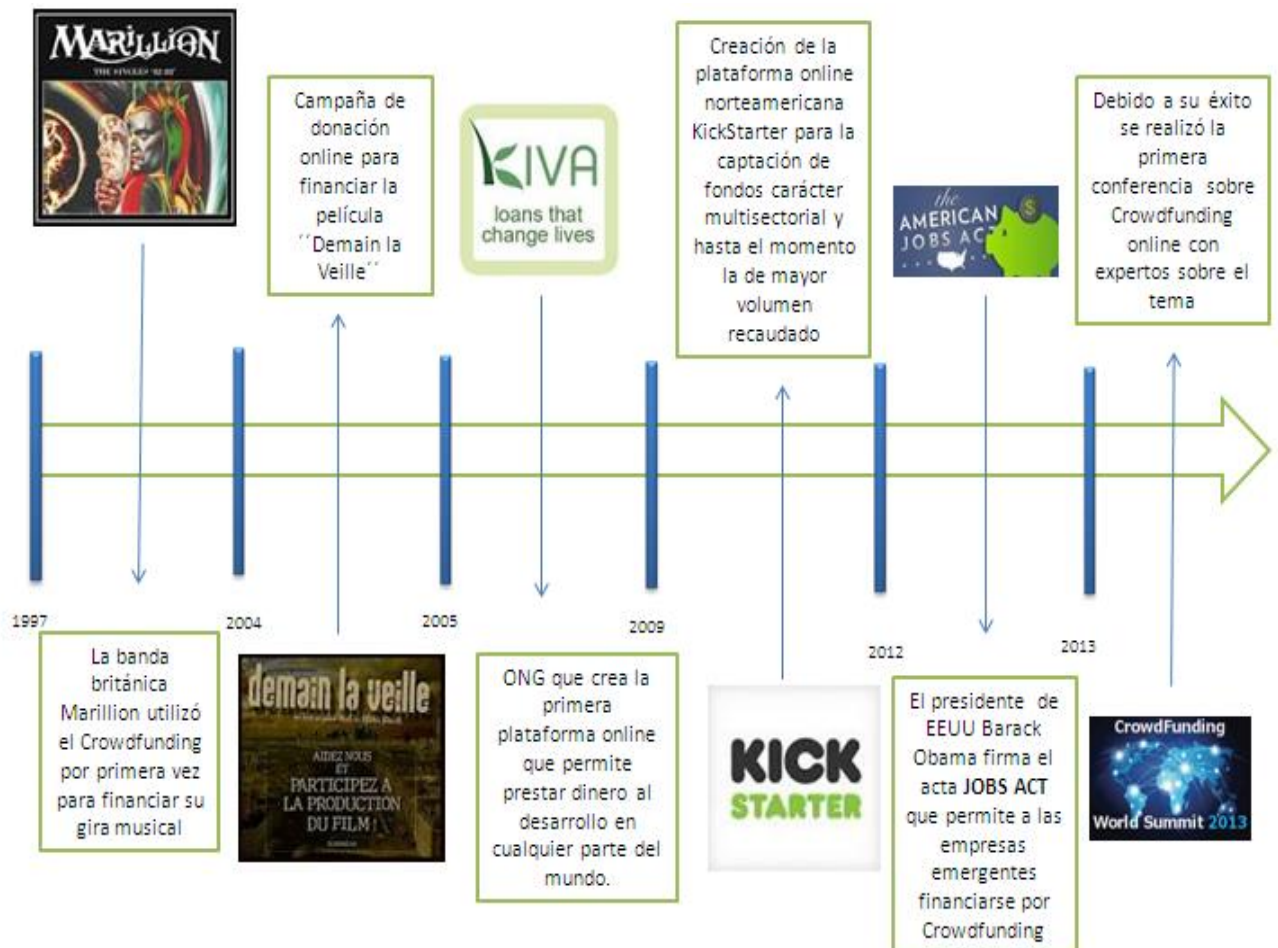


Figura 2. Línea de tiempo del Crowdfunding

Fuente: elaboración propia en base al diario digital de ciencia y tecnología *La flecha*. <http://laflecha.net/historia-del-crowdfunding/>

El éxito que tiene esta forma de financiación en masas que se ha vuelto casi un fenómeno en Europa y Estados Unidos se debe a diversas razones, entre ellas:

- a) Un interfáz sencillo de uso e interacción entre las partes, el proyecto y la financiación. Participar en el Crowdfunding es relativamente fácil debido a que está diseñado para ir guiando tanto al emprendedor como al colaborador en la realización del proceso, las reglas, normas y facilidades de intercambio monetario.
- b) Intercambio **En línea**, el cual facilita y hace adsequible la participación de personas en el mundo entero y su rápido esparcimiento. Al interactuar en línea el Crowdfunding ha logrado capturar la atención de más personas que hoy en día pasan la mayor parte de su tiempo navegando en internet ya sea por motivos de trabajo, estudios u ocio.
- c) A parte de la facilidad para acceder a una plataforma Crowdfunding también su éxito se debe a que son proyectos que no suelen ser financiados por bancos ni inversionistas por los complejos requisitos que debe cumplir la persona para solicitarlo. Debido a esto muchas grandes ideas y proyectos prometedores de índole social principalmente se quedan sin desarrollar al no encontrar facilidades de financiamiento, pero gracias al Crowdfunding esto ya es posible, viable y realizable.

- d) Por último pero no menos importante, el círculo de confianza que hace que inicie y arranque el proyecto como tal, es decir, el Crowdfunding ha tenido el éxito que hoy tiene gracias a que los primeros financiadores de un proyecto son los allegados al emprendedor y los amigos de los allegados. Esta red de confianza va creciendo y extendiéndose logrando así romper las barreras geográficas y muchas veces del idioma.

A continuación se muestra como funciona la red de confianza en el Crowdfunding y cómo esta misma ofrece el impulso inicial para llegar a más personas:

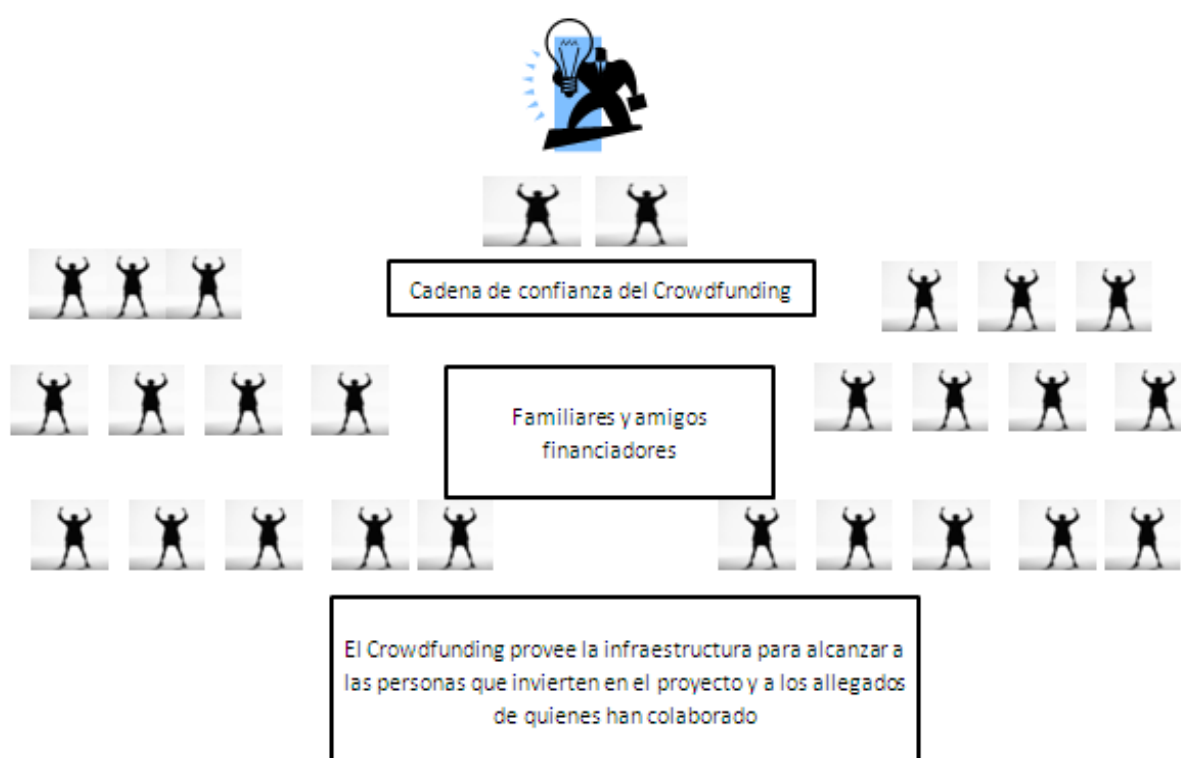


Figura 3. Red de confianza del crowdfunding

Fuente: elaboración propia

Varios proyectos sociales y humanitarios se han visto financiados por esta herramienta via online, casos de adolescentes que inician campañas en plataformas para financiar la construcción o mejoras de escuelas, padres que solicitan ayuda económica para operaciones costosas que necesitan sus hijos (www.migranodearena.org), solicitudes para mejorar el acceso a agua potables en lugares muy remotos (www.charitywater.org) y más son diversos ejemplos de micropoyectos e iniciativas que pueden lograrse gracias al financiamiento de las mismas via plataformas crowdfunding.



Figura 4. Proyectos sociales vía plataforma crowdfunding

Fuente: www.migranodearena.org

5.2 Modelos de Crowdfunding

Dada las diversas actividades, proyectos, ideas e iniciativas que pueden financiarse por medio del Crowdfunding, este ha debido de categorizarse en diferentes formas como manera de detectar el tipo de colaboración que se está haciendo y saber qué esperar al final de la financiación.

Conocer el tipo de modelo de Crowdfunding que se va utilizar es muy importante, ya que en base a estos modelos se diseñan las propuestas de proyectos y las plataformas en internet. También son importantes en la estrategia de acercar a los interesados a colaborar en un proyecto, ya que algunos ofrecen incentivos de carácter monetario y otros no monetarios. Otros a su vez no ofrecen ningún tipo de recompensa ya que el proyecto en sí mismo y ayudar a que sea llevado a cabo es premio suficiente para financiarlo.

Es bien sabido que en los tipos de financiación de carácter donativo no necesariamente existe retribución de la contraparte que dona, es decir, una donación monetaria es el dinero que se entrega a un tercero sin fines de devolución a posterior, pero sí con el objetivo de que esa donación sea usada para un fin que permita generar mayor riqueza o cubrir las carencias de alguna necesidad. Aun así hay donaciones que pueden recibir gratificaciones o incentivos de carácter no obligatorio, ni monetario como aquellas que puedan ser simbólicas. Un ejemplo de una gratificación no

monetaria es un pequeño presente de agradecimiento por la colaboración o aparecer en los créditos de algún documental o en los agradecimientos de algún proyecto de investigación financiado con recursos donados.

El *Worldbank Report Crowdfunding in Development Countries 2013*, presenta y resume de forma muy específica y útil los principales modelos de Crowdfunding para países desarrollados, que se ven en la siguiente tabla:

Tabla 1. Modelos de Crowdfunding

Modelo de Crowdfunding	Modelo de negocio	Características
Donación	Basado en donación	Filantrópico: los donantes no esperan compensación monetaria.
	Basado en la recompensa	Los donantes reciben regalos simbólicos o artículos o servicios pre-pagados, como también que aparezca el nombre del financiador en el proyecto.
Inversión	Basado en equidad	Los donantes reciben en igualdad beneficios y reparto de utilidades.
	Basado en préstamos	Los donantes reciben un instrumento de deuda que paga intereses fijos y devuelve en monto inicial en un tiempo determinado.

Fuente: Elaboración propia en base al Worldbank Report Crowdfunding in Development Countries 2013

Los modelos que presenta el *Worldbank Report Crowdfunding in Development Countries*, no son del todo aplicables en los países subdesarrollados o en vías de desarrollo, pero al momento de hacer análisis comparativos es bueno tener en cuenta las similitudes y diferencias.

Los modelos más característicos, atractivos y comunes para los países subdesarrollados o en vías de desarrollo son en cierta medida similares al de los países desarrollados pero con ligeras variantes que les han permitido adaptarse mucho mejor a las necesidades y recursos con los que se cuenta, garantizando ser menos complejos y más sencillos para las personas participar en el Crowdfunding.

Estas modificaciones han resultado muy favorables para la creación de plataformas en países de habla hispana, ya que antes cuando no existían, las personas tenían que proponer sus ideas y proyectos en las plataformas estadounidense y tener que asumir sus modelos, creando confusión y fracasos de muchos proyectos.

El estudio *Mercado de Crowdfunding en España y Latinoamérica 2013*, presenta los modelos que han sido más exitosos y usados en los países latinoamericanos y España, del cual República Dominicana podría beneficiarse en la actualidad o en el futuro. En la tabla a continuación se describen los modelos que más auge han tenido en España y Latinoamérica, y también el porcentaje de los modelos más utilizados.

Tabla 2. Modelos de Crowdfunding para países de Latinoamérica y España

Modelo de Crowdfunding	Características
Crowdfunding basado en donaciones	Bajo esta modalidad la persona que financia el proyecto no recibe remuneración ni compensación ya que con su colaboración voluntaria es suficiente.
Crowdfunding basado en participaciones	Al financiar un proyecto la persona que colabora con sus fondos se hace participe y goza de los beneficios del proyecto.
Crowdfunding basado en recompensas	De la modalidad más usada, consiste en agradecer a la persona que aporta fondos mediante premios o recompensas según el volumen de lo aportado.
Crowdfunding basado en préstamos	De la modalidad menos usada en países de habla español, consiste en aportar fondos a modo de préstamo, en el cual la persona que financia recibe intereses por la financiación otorgada.

Fuente: Elaboración propia en base al Worldbank Report Crowdfunding in Development Countries 2013 y estudio de mercado de Crowdfunding en España y Latinoamérica 2013

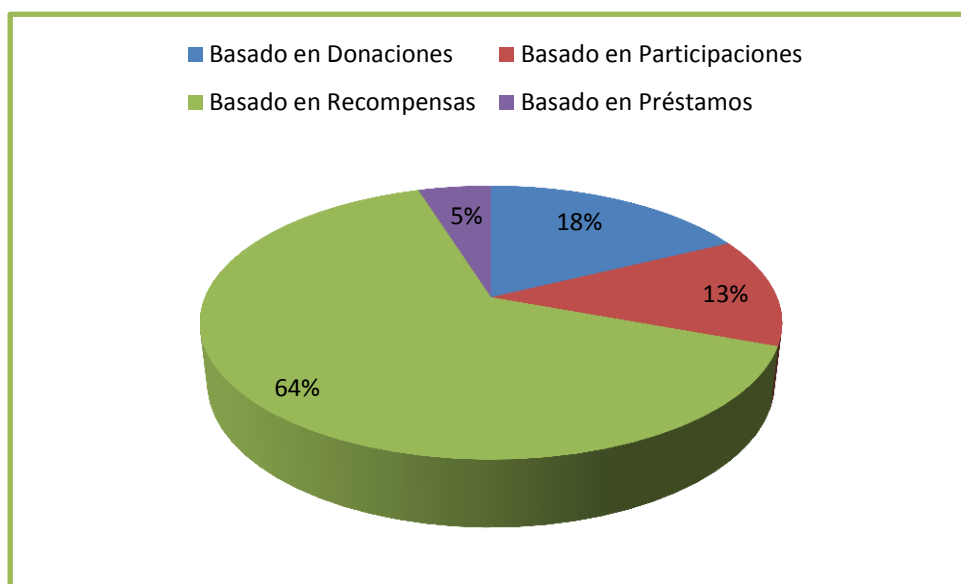


Figura 5. Modelos de crowdfunding más usados

Fuente: elaboración propia en base a los datos del estudio de mercado de crowdfunding en España y Latinoamérica 2013

5.3 Crowdfunding en la actualidad

El Crowdfunding ha venido creciendo exponencialmente desde los últimos tres años gracias al modelo online de fácil acceso y de confianza que ha permitido que millones de personas aporten sus fondos para llevar a cabo proyectos a terceros. Cabe destacar que es un fenómeno que se encuentra en todo el mundo y por ende debe ser observado y analizado, con el objetivo de llevar la tendencia del mismo para ir conociendo su evolución, su presente y proyectar cómo será su futuro.

The Crowdfunding Industry Report 2013 de Massolution, indica que el 2012 fue el año del ascenso del Crowdfunding, logrando recaudar las plataformas online fondos por un importe de 2.7 mil millones de dólares (\$USD) en comparación al 2011 que recaudó 1.5 mil millones de dólares en todo el mundo, llevando un crecimiento del 63% en los últimos 3 años.

**Total Recaudado por Plataformas de Crowdfunding
en el 2012 desde el 2011**

2.7 mil millones dólares (\$USD)



Por otra parte analizando el volumen que se mueve mundialmente versus lo que se recauda en América Latina y España, el resto del mundo ha recaudado 2.7 millones de dólares y en América Latina y España el volumen es de 18.6 millones de dólares.

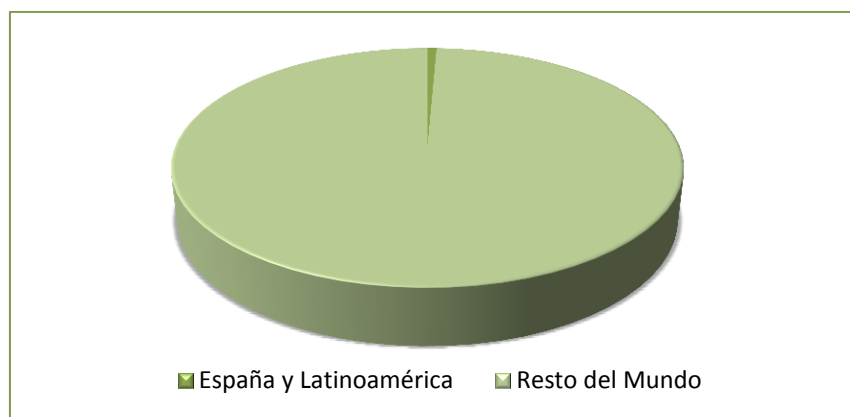


Figura 6. Volumen de recaudación de plataformas Crowdfunding en Latinoamérica y España con el resto del mundo

Fuente: elaboración propia en base a los datos obtenidos en infocrowdsourcing

Aunque los fondos recaudados en los países de Latinoamérica y España son muy inferiores al resto del mundo no llegando a tener una cuota de mucha importancia, si se puede asegurar a pesar de todo que el mercado del Crowdfunding va en aumento para los países de habla española, de hecho Latinoamérica es considerada como la región emergente con mayor potencial para futuras inversiones por esta vía.

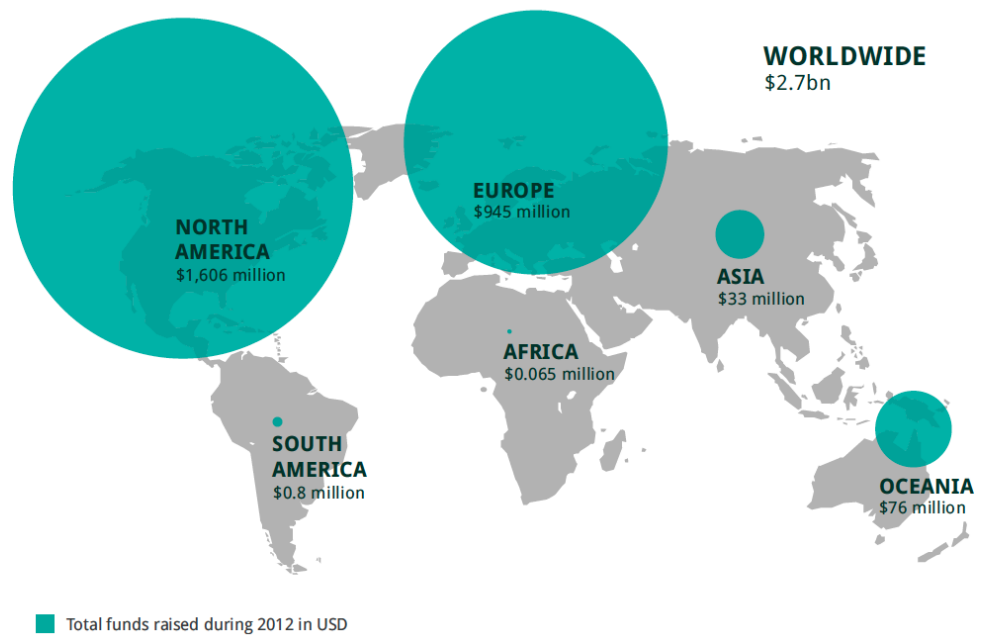


Figura 7. The crowdfunding world map 2012

F

En el informe de Massolution 2013, existen alrededor de 600 plataformas de Crowdfunding en el mundo. La mayoría se concentran en Estados Unidos y Europa, estimando un aumento para final del 2013 de 5.1 mil millones de dólares obtenidos por la recaudación de proyectos e ideas, en el cual 1.6 mil millones de dólares vendrán de plataformas Norteamericanas y 945 millones procederán de Europa.

La mayoría de las campañas de Crowdfunding para finales del 2013, se vio muy favorecido el modelo basado en donación, concentrándose en causas sociales y en startups (compañías emergentes).

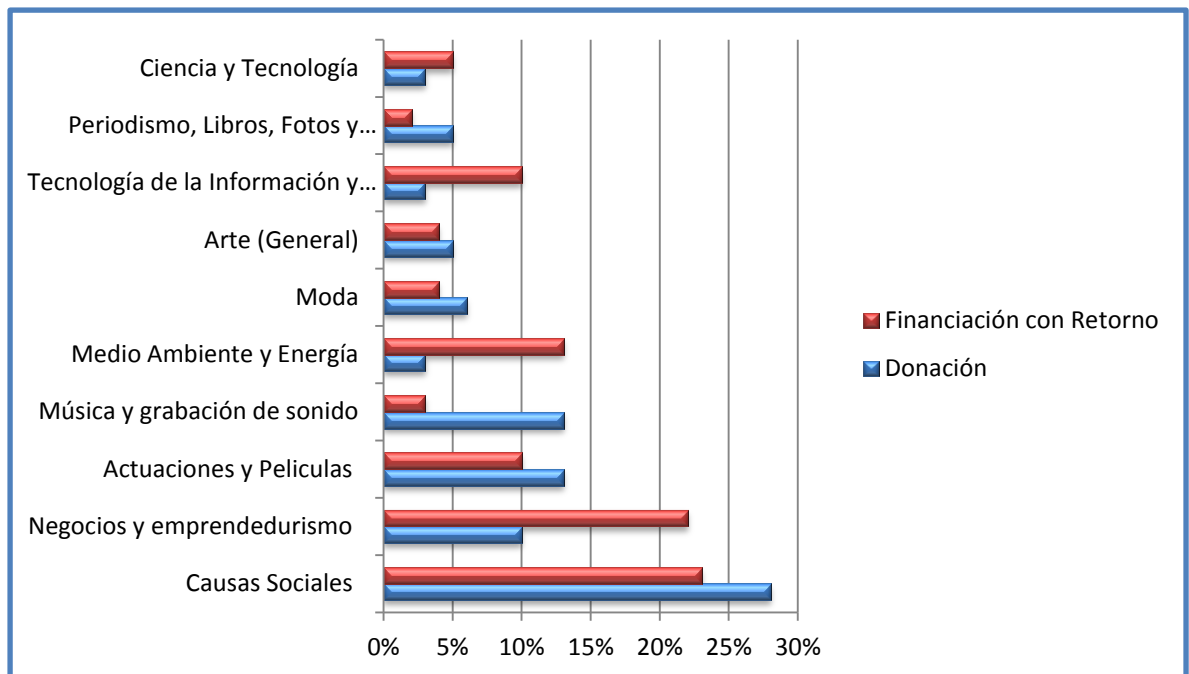


Figura 8. Actividades de crowdfunding financieras y no financieras

Fuentes: elaboración propia basada en datos de Massolution 2013

Al Crowdfunding se le augura un futuro prometedor pero a la vez más regulaciones, tales como leyes, normativas y posibles impuestos para regularizar su rápido crecimiento y que los contribuyentes sientan la confianza de estar respaldados por el sistema legal a la hora de su aporte.

6. ANÁLISIS DEL CROWDFUNDING PARA MICROPROYECTOS DE DESARROLLO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

Concepto básico

Se entiende por microproyectos aquellas actividades que requieren montos pequeños de dinero para llevarse a cabo en un corto o mediano plazo. Usualmente son aplicados en comunidades o destinados a grupos reducidos de personas en situación de vulnerabilidad y marginación. También en la realización de actividades de carácter personal para alcanzar algún fin.

En República Dominicana estos microproyectos son más comunes de lo que se cree, pero para poder realizarlos se necesita financiación que muchos bancos e inversionistas no están dispuestos a financiar porque no les ven rentable, sin contar que muchas de las personas que lideran estos proyectos son jóvenes o de colectivos marginados que no tienen suficientes recursos ni garantías para presentar a los bancos, y que si son microproyectos sociales o de desarrollo al no tener un retorno monetario buscar financiación se vuelve casi imposible.

Es por eso que el Crowdfunding podría ser muy exitoso en República Dominicana, debido a las facilidades y a la ampliación que permite, siendo no solo una alternativa de financiación para estos casos sino también un medio de propagación para que más

personas participen y se concienticen de las problemáticas sociales, sintiéndose motivados a participar y colaborar en ellas.

Crowdfunding en República Dominicana

Si bien el Crowdfunding se ha hecho popular por financiar ideas, videojuegos y actividades artísticas, con el tiempo se ha ido convirtiendo en una herramienta muy necesaria para sufragar microproyectos y microiniciativas de cooperación y desarrollo. Gran parte de su atractivo es que acerca al colaborador con el proyecto, los ideales y al seguimiento del proceso de desarrollo de la actividad más que simplemente financiarla.

Cada vez que se dona en las iglesias para proyectos comunitarios, se contribuye a colectas para comprar butacas en aulas de clase, se recauda para fiestas navideñas en comunidades pobres o para personas enfermas se hace un Crowdfunding. La República Dominicana ha venido haciendo este tipo de recaudación masiva por años o incluso décadas, pero gracias a las nuevas tecnologías y a la creación de plataformas online se puede seguir haciendo exactamente lo mismo pero con mayor alcance, aunque existan variables que puedan frenar su expansión.

El Crowdfunding funciona como una convocatoria abierta a que los interesados se acerquen a contribuir de manera voluntaria a la financiación de alguna idea, actividad o proyecto. Este acercamiento suele o solía hacerse de manera presencial, las personas se acercaban a los establecimientos y hacían su contribución cara a cara, mediante ferias, maratones, actividades deportivas, gastronómicas, de moda, entre

otras infinitas formas de captar financiamiento para alcanzar un objetivo de carácter solidario.

Aunque en la República Dominicana la tecnología se haya convertido en un aliado infalible para el desarrollo de las actividades cotidianas, el Crowdfunding es relativamente novedoso y poco conocido, por lo cual esto podría presentar resistencia al principio de su incorporación.

Al ser una expresión reciente, no existen mucha documentación ni literatura de carácter académico que hagan referencia sobre el Crowdfunding en la República Dominicana, de hecho sólo existe una sola plataforma de Crowdfunding llamada *Jompéame* que surgió en Agosto del 2013, gracias a un grupo de jóvenes que detectaron la necesidad de crear para la República Dominicana su propia plataforma. Antes muchos dominicanos que necesitaban financiar sus ideas o proyectos, lo publicaban en plataformas norteamericanas como Kickstarter, pero ahora se espera que con mayor participación o con la creación de más plataformas se logren financiar más ideas y proyectos nacionales.

Expertos en la materia opinan que el Crowdfunding es una interesante manera de llevar a la realidad una idea de manera rentable, y que al tener apoyo de empresas reconocidas como Microsoft es un sector que podría crecer de manera muy positiva. Mas no descartan los contras y dificultades que podría enfrentar en estos momentos como las dudas en cuanto a su efectividad, dada la resistencia a dar apoyo a cosas que

no son tangibles inmediatamente y en la cual no se ha desarrollado una suficiente cultura de confianza vía internet.

6.1 Análisis del financiamiento del tercer sector en República Dominicana

Panorama general

En el mundo de la cooperación se conoce como el tercer sector aquel compuesto por organizaciones, asociaciones, fundaciones, entidades religiosas, cooperativas y cualquier otra sociedad u organismo con fines no lucrativo en pos de actividades de bien social, colectivos vulnerables e inclusión social.

El tercer sector cuenta con múltiples focos de actuación, destacando en República Dominicana los siguientes:

- **Social:** promoviendo mayor tolerancia y solidaridad por parte de la sociedad a temas y asuntos que las empresas privadas ni los gobiernos tienen como prioritaria en sus agendas. Estos se logran mediante el abastecimiento de servicios de carácter social, principalmente a personas u hogares que se encuentren en estado vulnerable.
- **Económico:** facilitando y suministrando empleo a colectivos con perfil vulnerables (grupo de personas en estado indefenso debido a

determinados contextos sociales o naturales), activando la economía mediante el empleo, la formación y la participación.

- **Político:** a través de la incidencia política y social para lograr desarrollo comunitario, políticas sociales más justas, equitativas y apegada a lo dictado por la ley.

En el Centro Nacional de Asociaciones sin Fines de Lucro (ASFL) de la República Dominicana se encuentra a próximamente registradas 5,806 ONG, Fundaciones y asociaciones regulados por el siguiente marco jurídico:

- Ley No. 122-05 de 8 de abril del 2005 Sobre Regulación y Fomento de las Asociaciones Sin Fines de Lucro en la República Dominicana.
- Reglamento de Aplicación No. 40-08.
- *Norma General 01-02 (sobre Actividades Gravadas por Asociaciones No Lucrativas).*
- Norma General 01-2011 (Norma General sobre Retención del ITBIS en Servicios de Publicidad y Otros Servicios Gravados por el ITBIS prestados por Entidades No Lucrativas).

A pesar de esta gran cantidad de ONG's y fundaciones muchas de estas están inactivas, otras no hacen un servicio social como tal sino que son empresas o grupos que se acogen a la Ley para obtener ciertos incentivos, pero que no necesariamente son organizaciones lucrativas, como por ejemplo clubes deportivos.

Tabla 3. Distribución de las ASFL según sector de actuación

Sector	Número ASFL	Por ciento
Presidencia	1606	37.78
Educación	959	22.56
Salud	497	11.69
Deportes	275	6.4
Agricultura	195	4.59
Mujer	189	4.45
Medio Ambiente	157	3.69
Cultura	135	3.18
CONANI	72	1.69
Juventud	67	1.58
Ciencia y Tecnología	34	0.8
Industria y Comercio	30	0.71
Procuraduría	14	0.33
Trabajo	11	0.26
Turismo	10	0.24
Totales	4,251	99.95

Fuente: Impacto Socio-Económico de las Asociaciones sin Fines de Lucro en República Dominicana 2011

Según el estudio de *Impacto Socio-Económico de las Asociaciones sin Fines de Lucro en República Dominicana (ASFL)*, 1 de cada 3 ASFL está asociada o inscrita a la Presidencia aunque se espera en que en futuros próximos se depure y se formalicen en el Centro Nacional de Fomento y Promoción de las Asociaciones sin Fines de Lucro.

Financiamiento

Mediante análisis de reportes y datos sobre ingresos, La Dirección General de Impuestos Internos de la República Dominicana establece 6 fuentes de financiación a las ASFL, siendo estas:

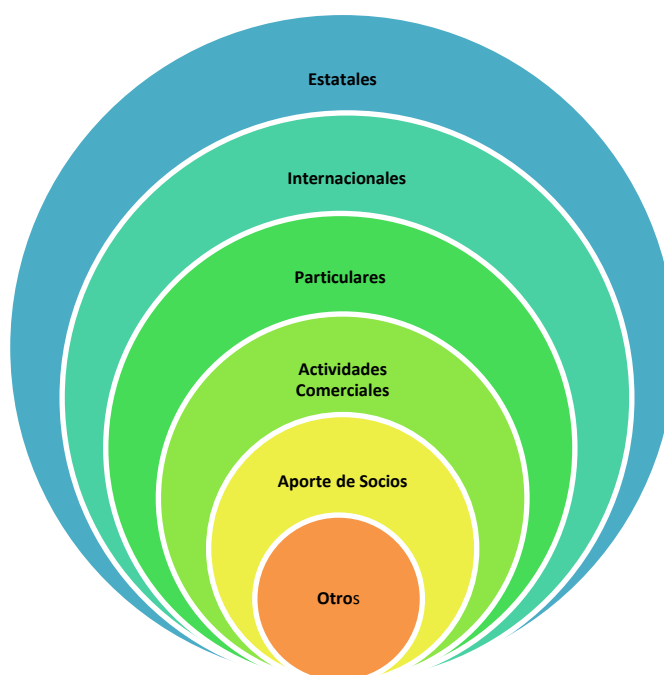


Figura 9. Participación de donantes en el tercer sector en República Dominicana

Aunque tradicionalmente el Estado ha sido el principal donante del tercer sector en República Dominicana, en los últimos 4 años el volumen de donación internacional ha sobrepasado al estatal y la obtención de recursos por medios propios o carácter

comercial. De todas formas el 60% de las ASFL dependen del financiamiento del Estado aunque este no sea el que mayor volumen de donaciones otorgue.

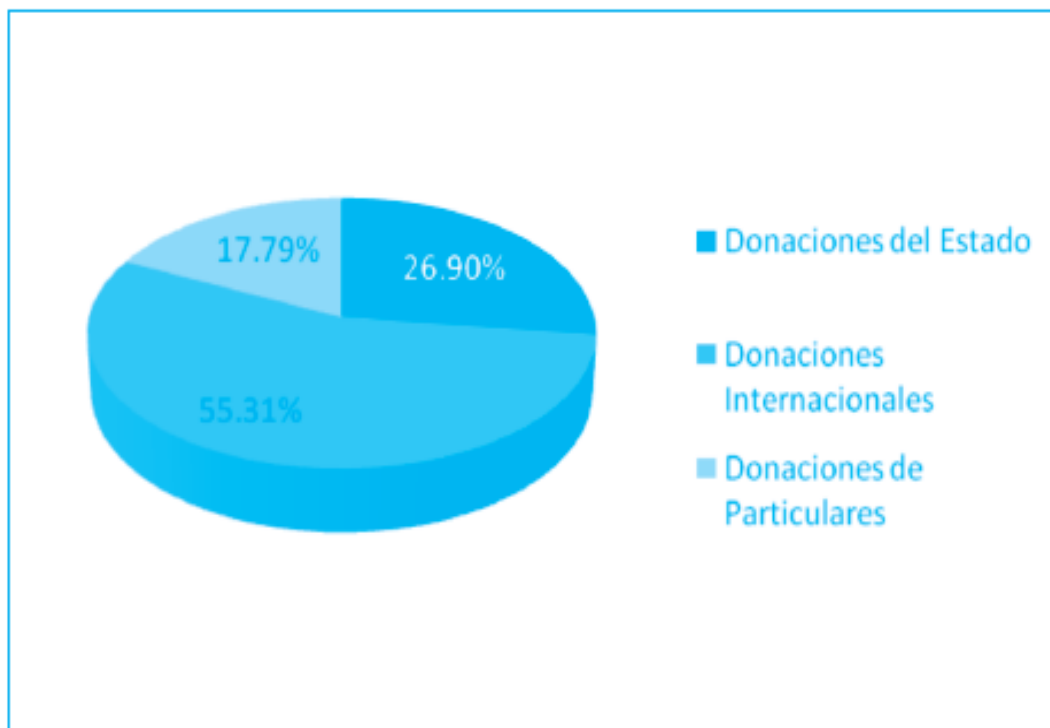


Figura 10. Participación según donación año 2006-2009

Fuente: Impacto socio-económico de las asociaciones sin fines de lucro en República Dominicana

Entre los principales donantes según el volumen que aportan, se encuentra que las donaciones internacionales tienen una mayor participación en las ASFL. Muchas de estas aparte de depender del Estado para sufragar sus actividades también cuentan con donaciones particulares y con la realización de actividades comerciales, aunque sea una minoría de las ASFL que recurren hacer este tipo de actividades suelen ser muy favorables por la cantidad que se llega a recaudar.

A todo esto el financiamiento masivo tradicional es aún rezagado, aunque sea una modalidad popular a la larga y a nivel de impacto en los volúmenes recaudados sigue siendo débil. Se espera que con la ayuda del Crowdfunding en un futuro este segmento tenga un peso significativo.

Tecnología

La velocidad que ha asumido la tecnología en el tercer sector en los últimos años en República Dominicana no ha sido tan rápida como se esperaba, si bien el país ha incorporado el factor tecnológico a casi todas sus actividades del día a día, solo es una tecnología de uso más que de desarrollo, es decir, República Dominicana sigue muy obstaculizada en la creación de nuevas tecnologías y por eso su cultura de uso y confianza en ella se ve ligeramente limitada.

Entidades bancarias si han apostado por el uso de una tecnología de punta y con gran protección de información, igual que el Estado para materia de recaudación principalmente, pero en cambio las ONG's aún no se han dado con el protagonismo tecnológico más allá de las redes sociales y es debido a la falta de inversión en este medio, desconocimiento o desconfianza. Estas razones antes mencionadas pueden ser las causas del por qué el tercer sector no ha obtenido la presencia suficiente para dar a conocer su trabajo, misión y proyectos, limitando sus alternativas de financiación al no acogerse o al hacerlo poco a las tecnologías de hoy.

Se espera que una vez conocido y asimilado el Crowdfunding se convierta en una herramienta alternativa de financiación a proyectos solidarios que desarrolla el tercer sector y no depender en casi su totalidad a financiación tradicional.

6.2 Análisis de resultados sobre la percepción del Crowdfunding

Se realizó una encuesta a 30 organizaciones sin fines de lucro y fundaciones con el objetivo de determinar el conocimiento y la penetración que existe en el país con relación al Crowdfunding, también con la intención de estimar su utilidad y proyección a futuro.

A continuación se presentan los informes con los datos recabados de la encuesta, los cuales arrojarán de manera específica la percepción del Crowdfunding en el tercer sector de la República Dominicana.

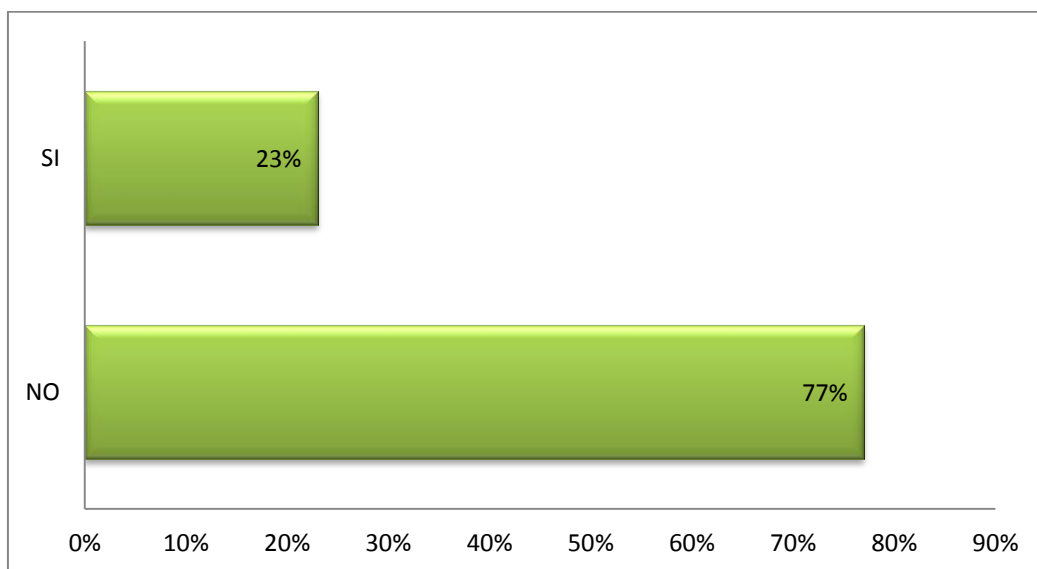


Figura 11. Porcentaje del conocimiento del Crowdfunding en el tercer sector

Fuente: elaboración propia

El primer resultado del estudio de percepción muestra un alto porcentaje de desconocimiento acerca de lo que es el Crowdfunding, entendible cuando solamente existe una sola plataforma en el país y creada recientemente. Más aun así gran parte de aquellos que sí tienen conocimiento sobre esta herramienta lo han obtenido a través de esta encuesta que le ha motivado a investigar sobre una nueva fuente de financiación, y posiblemente algunas ya le conocían por otros medios.

Aunque algunas pocas organizaciones conozcan sobre el Crowdfunding ninguna ha intentado financiar ningún proyecto por este medio. Los datos obtenidos demuestran que a pesar de saber para qué sirve esta herramienta nunca ha sido utilizada, aunque no descartan hacerlo una vez tengan más conocimientos y manejen mayor y mejor información al respecto.

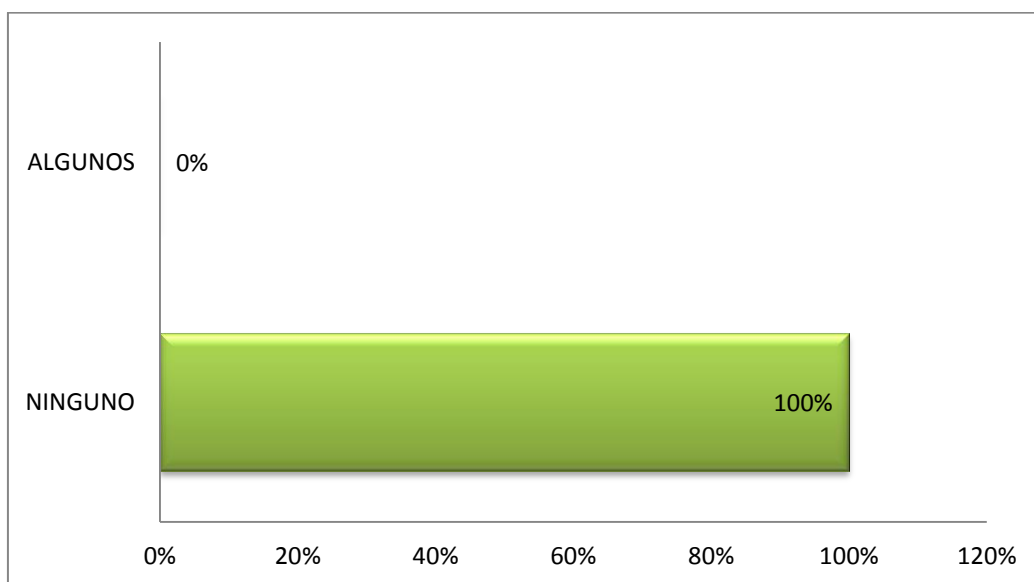


Figura 12. Proyectos del tercer sector financiados por Crowdfunding

Fuente: elaboración propia

Muchos de los encuestados que aunque no conocieran de la herramienta en un principio, entienden que es una buena oportunidad para optar por fondos alternativo y novedoso para desarrollar actividades. Entienden que con mayores fondos o más variados pueden ofrecer un mejor servicio a los necesitados y que la creación de una red solidaria de donantes crea mayor concientización de los problemas que necesitan fondos para seguir adelante.

Por otra parte es interesa saber en qué punto tecnológico se encuentra el tercer sector dominicano, puesto que si están muy rezagados a nivel de tecnología, redes sociales y demás se dificulta la integración del Crowdfunding en su gestión financiera. Para conocer sobre la penetración tecnológica en este sector se le encuestó para saber a través de cuáles medios daban a conocer mayormente sus proyectos si de forma tradicional o en línea. Lo que se busca con esta información es saber si en algún momento han hecho publicidad o promoción de sus proyectos por medio de internet, esto incluye redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram o cualquier otro medio en línea.

El grafico a continuación nos muestra el grado de aceptación e interacción de internet y redes sociales que existe en el tercer sector de la República Dominicana. Esto podría dar una pequeña ayuda para estimar el impacto y acercamiento tecnológico que tienen las ONG, fundaciones, asociaciones y demás grupos organizados sin fines de lucro.

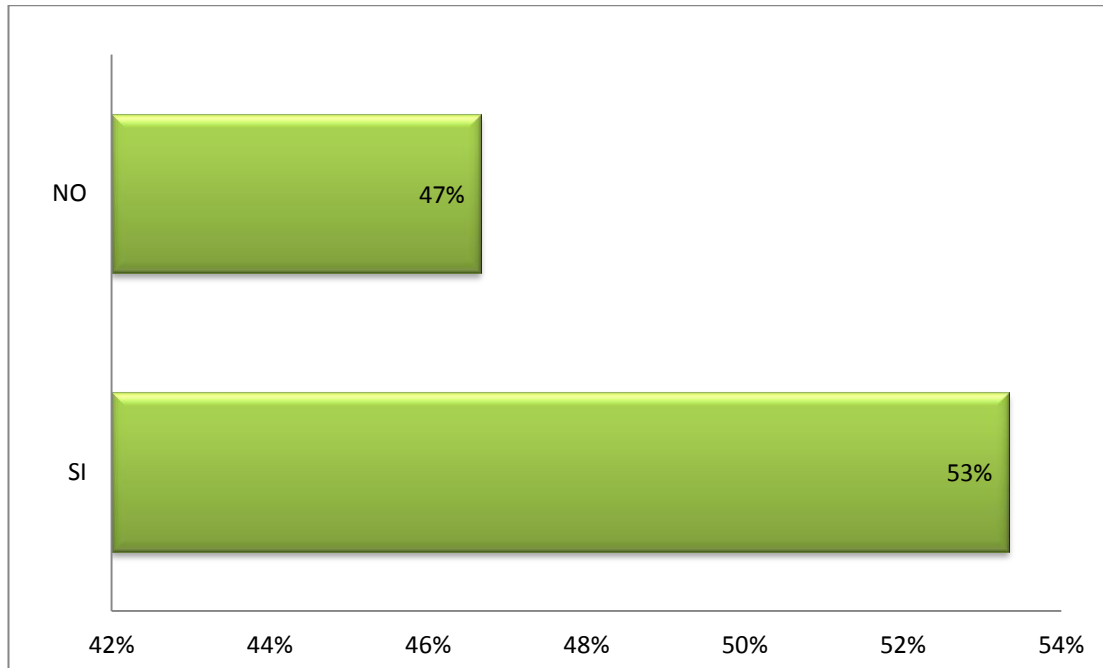


Figura 13. Promoción de proyectos vía internet Fuente: elaboración propia

Un 53% de los encuestados ha promocionado sus proyectos a través de internet, ya sea por Facebook, Twitter, página web propia u otro medio, mientras que un 47% nunca lo ha hecho. Los que no han hecho promoción por internet puede deberse a que muchas de las ONG, fundaciones y asociaciones encuestadas son tan pequeñas que se financian por medio de aportes personales propios, no son una estructura organizada y reconocida del todo, y por eso se les dificulta presentarse formalmente en internet y hacer un llamado de colaboración.

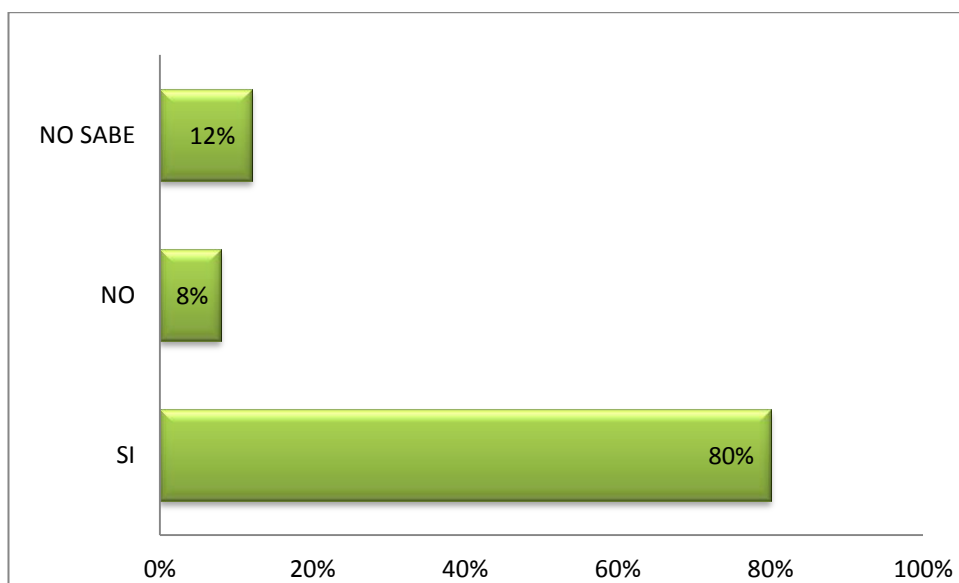


Figura 14. Disposición de usar crowdfunding para financiar proyectos en República Dominicana

Fuente: elaboración propia

Un 80% de los encuestados estarían dispuestos a usar Crowdfunding para financiar sus proyectos, ya que muchos alegan que es una herramienta que genera conciencia y compromiso ciudadano, también porque le ven como un medio atractivo, contemporáneo, alternativo e idóneo de obtener recursos económicos para el desarrollo o finalización de actividades, y por último pero no menos importante es una fuente colectiva, generada por muchos y diversos donantes de distintas partes, no limitándose a la financiación tradicional (Estado, organismos internacionales, particulares...)

Con respecto al 8% que no usaría Crowdfunding para financiar sus proyectos alegó que desconocen de la herramienta y al no saber cómo funciona no se

arriesgarían a usarla. Igual respuesta dieron los del 12% que no sabrían si subir a la web sus proyectos para obtener financiación, por lo cual esto da a demostrar una clara inseguridad y desconfianza de algunos organismos y fundaciones sobre el uso del internet para llegar más lejos a la hora de dar a conocer lo que hace y diversificar la obtención de recursos.

Se le preguntó también al grupo de encuestados sobre sus principales fuentes de financiación, para saber de dónde provienen los fondos para seguir a flote y los que financias sus actividades. El siguiente grafico nos muestra los principales donantes y su porcentaje de participación.

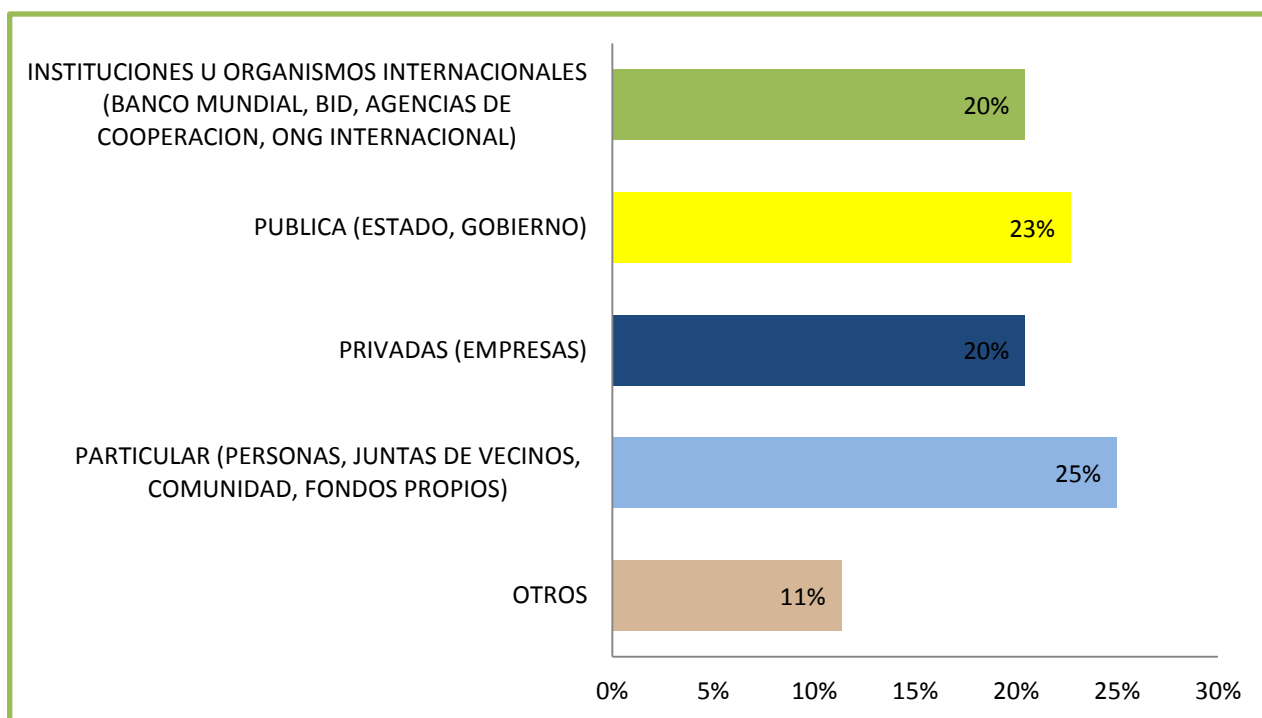


Figura 15. Principal fuente de financiación

Fuente: elaboración propia

Si bien las principales fuentes de financiación provienen del Estado, organismos internacionales y financiación propia. La mayor fuente de financiación proviene de fondos propios o recolectados por amigos y allegados (un 25%), siendo esto favorable para un desarrollo de Crowdfunding ya que a través de internet puede expandirse aún más la ayuda.

Muchos de los encuestados se mostraron interesados en conocer la herramienta debido a que detectaron un medio más independiente, veloz y solidario de presentar sus proyectos y que estos sean financiados, potenciando la tecnología y la cooperación.

7. CASO DE ESTUDIO

Se analiza en este apartado la única plataforma Crowdfunding existente en República Dominicana, su funcionamiento, los requisitos necesarios para presentar un proyecto y como las personas pueden colaborar en el mismo. También se muestran plataformas españolas solidarias y comparaciones de interés.

7.1 Plataforma Dominicana de Crowdfunding Jompéame

Jompéame es la primera plataforma de Crowdfunding en la República Dominicana, creada en Agosto del 2014 por un grupo de jóvenes emprendedores motivados por el evento de ideas llamado Startup Weekend de Santo Domingo y contando con el apoyo de Microsoft Dominicana, se desarrolló y se lanzó oficialmente la plataforma al público.

Su modelo es basado en el Crowdfunding por recompensa en el cual los colaboradores reciben beneficios o recompensas no monetarias ya sea preferencia en el producto o servicio, paquetes promocionales del mismo entre otros.

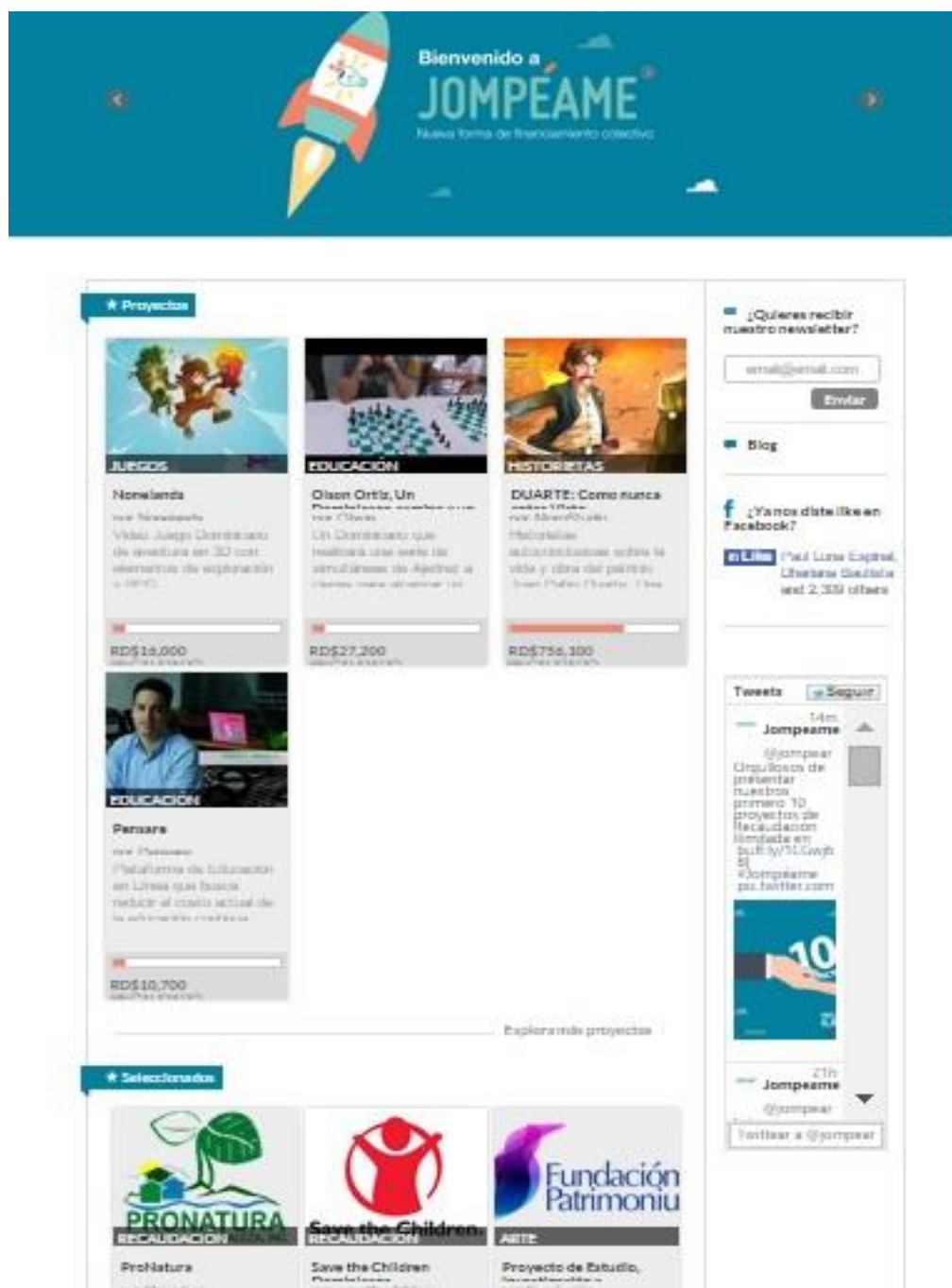


Figura 16. Plataforma de Crowdfunding Dominicana Jompéame

¿Cómo funciona?

“El emprendedor envía su idea junto a un video explicativo de la misma y una lista de recompensas, el equipo de Jompéame aprueba la idea y esta es publicada en la plataforma. Una vez esta es publicada, puedes empezar a darle promoción a través de las redes sociales. Las personas interesadas apoyan tu idea y donan a la causa a cambio de las recompensas que has ofrecido².”

La plataforma Jompéame permite presentar proyectos e iniciativas desde cualquier país, permitiendo a cualquier persona mayor de edad que no tenga antecedentes penales presentar uno o varios proyectos.

Los proyectos comúnmente presentados son de carácter social o emprendedor, el tiempo y la cantidad de dinero que se necesite recaudar es por decisión del emprendedor, teniendo en cuenta un tiempo máximo de 90 días.

² <http://www.jompeame.com/blog/faq>. Visitado el 25/04/2015

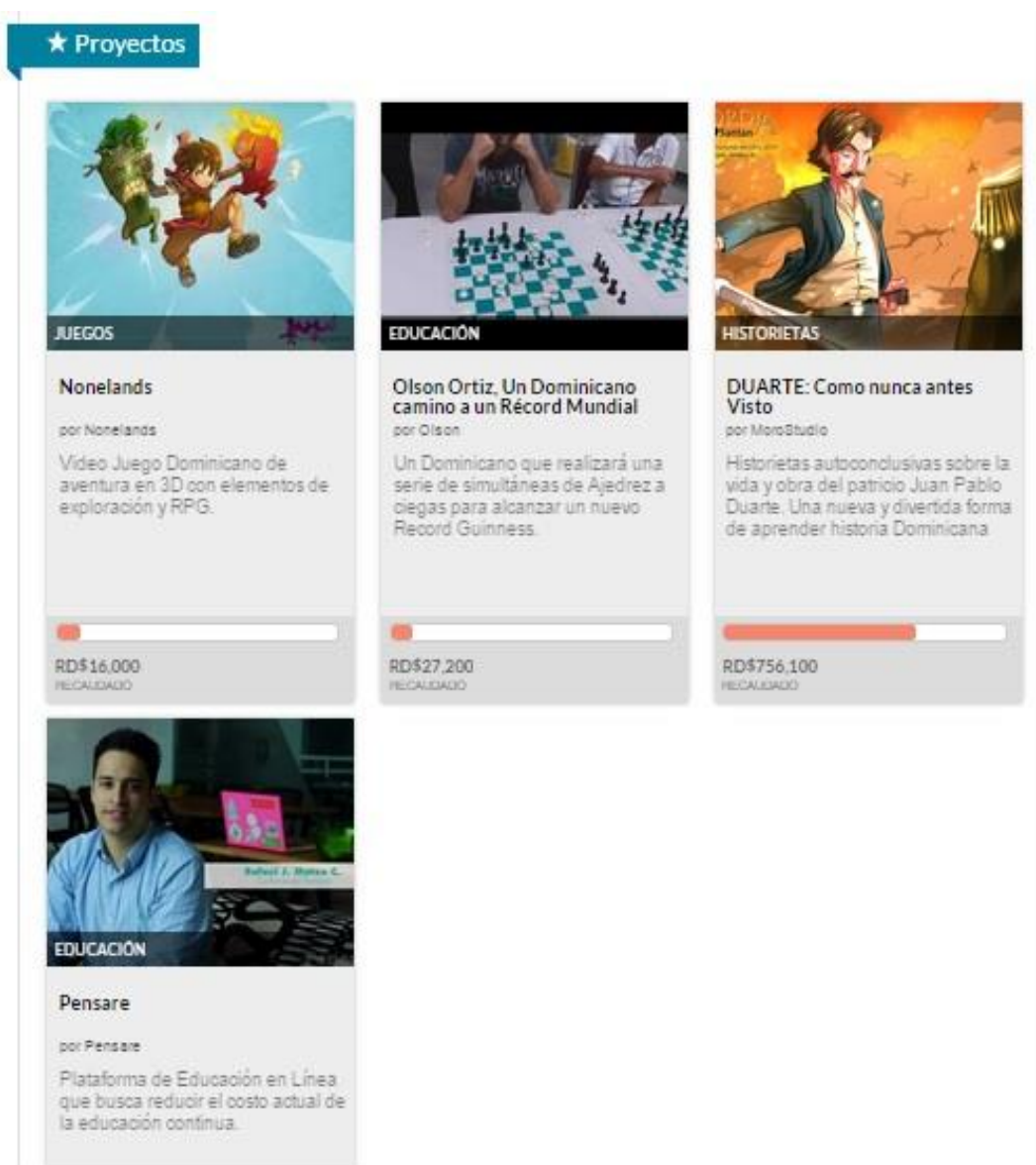


Figura 17. Proyectos de emprendedores dominicanos en la plataforma jompéame

Fuente: <https://www.jompeame.net/es/projects>

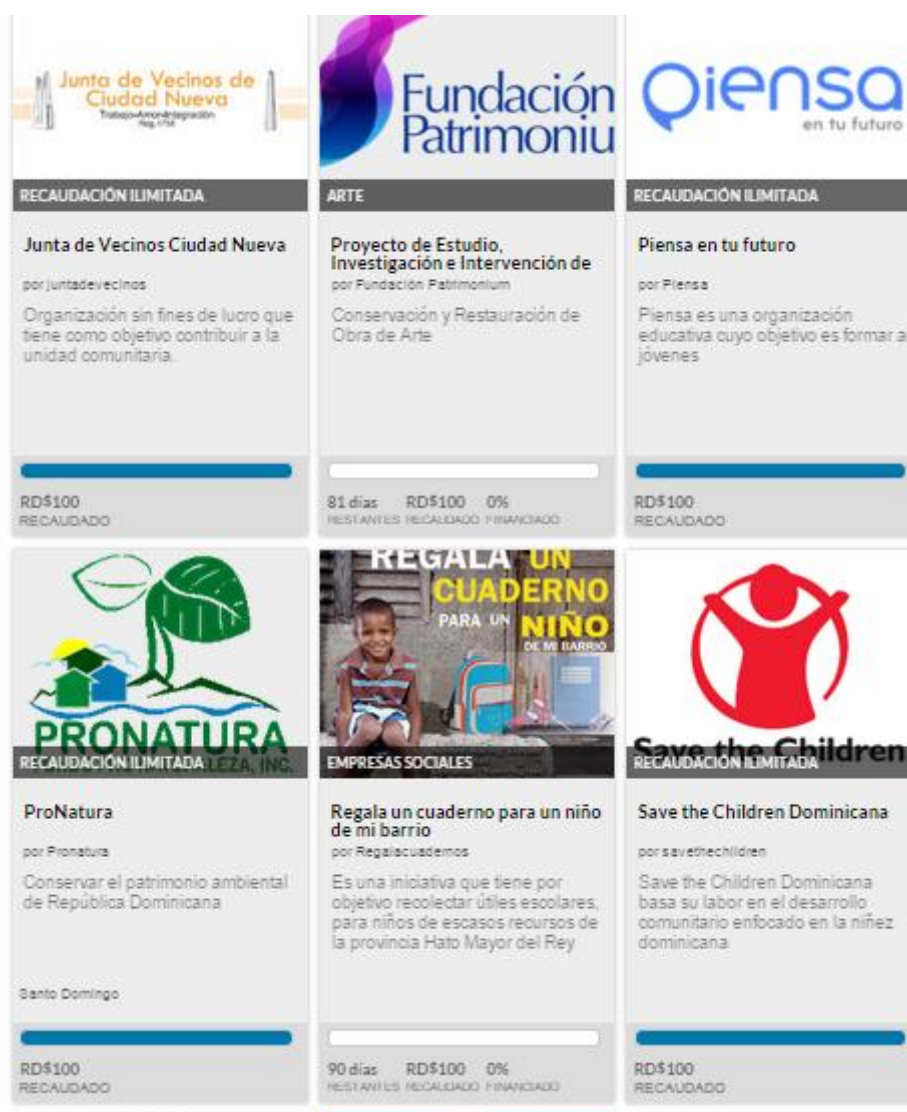


Figura 18. Proyectos sociales presentados en la plataforma Jompéame Fuente: <https://www.jompeame.net/es/projects>

7.2 Campaña social regala un cuaderno para un niño de mi barrio

A continuación se presenta de forma secuencial la campaña llamada “Regala un Cuaderno para un niño de mi barrio” la cual es una de las primeras iniciativas sociales de la plataforma Jompeame, y es una campaña que consiste en recolectar útiles escolares para niños de escasos recursos en una de las provincias más pobres de la República Dominicana, Hato Mayor³

Regala un cuaderno para un niño de mi barrio
Un proyecto en **Empresas Sociales**, por **Regalacuadernos**

DESCRIPCIÓN ACTUALIZACIONES (0) DONANTES (3) COMENTARIOS (0)

REGALA UN CUADERNO PARA UN NIÑO DE MI BARRIO

Nombre: Warling Vázquez
Edad : 4 años
Educación : Nuevo Ingreso
Barrio: Villa Ortega

3 Donantes
RD\$300 del total RD\$500,000
88 Días restantes

Este proyecto será financiado si al menos RD\$500,000 es donado antes de 2015-07-22

\$ APOYA ESTE PROYECTO

Proyecto por **Regalacuadernos**
Apoyo 0 proyectos

SOBRE ESTE PROYECTO

Figura 19. Campaña social regala un cuaderno para un niño de mi barrio

³ Para más información del proyecto ingresar a través de este link <https://www.jompeame.net/es/regalauncuaderno> Visitado el 25/04/2015

JOMPEAME Apoya Emprende Ayuda Blog EN|ES Registrarse Iniciar sesión

Oohh yeah!
Estás solo a pocos pasos de hacer la diferencia y ser parte de este proyecto.

¿Con cuánto quieres contribuir?

RD\$

Tu eliges el pago :) iniciando con RD\$100, cualquier monto es genial.

Selecciona tu recompensa

☒ **No quiero una recompensa**
Gracias. Yo solo quiero ayudar el proyecto.

☐ Yo quiero que mi donación sea anónima.

REVISA Y PROCEDE A CAJA

Presentado en

Regala un cuaderno para un niño de mi barrio

por **Regalacuadernos**
88 días restantes

Yo quiero donar, ¿qué sigue?

- ¿Cómo puedo apoyar este proyecto?
- ¿Cuándo se efectúa el pago?
- ¿Cómo obtengo mi recompensa?

Figura 20. Participación en la campaña social regala un cuaderno para un niño de mi barrio

La campaña va con el modelo de Crowdfunding por recompensa flexible, esto quiere decir que el colaborador tiene la opción de donar y recibir una recompensa o no si así lo prefiere.

Por otro lado tiene una duración máxima de 90 días y va bajo el método de recaudación “todo o nada” con una meta de RD\$500,00 pesos dominicanos (€\$10,205 euros). Muchos de los niños a los que van destinados estos útiles escolares son huérfanos de padres que viven con sus abuelos enfermos y sin fuerzas de poder gestionarles herramientas básicas para su formación, niños con sueños e ilusiones de estudiar y tener una profesión pero sin nadie quien le tienda una mano o ayuda, y más en pueblos pequeños y alejados de las ciudades. Es por esto que un grupo de jóvenes ha decidido emprender esta campaña para ayudar a que los niños cuenten con libros, lápices y cuadernos, y que más personas que desconocen esta realidad puedan enterarse por medio de la plataforma en internet y hacer sus aportes.



Figura 21. Sensibilización a los niños de Hato Mayor

Fuente: <https://www.jompeame.net/es/regalauncuaderno>

Se concluye que el Crowdfunding es un apoyo positivo para programas y proyectos sociales, solidarios y de fomento al desarrollo.

Secciones y categorías

La plataforma Jompéame cuenta actualmente con diferentes categorías según el perfil de lo requerido. A continuación se presenta una tabla donde se muestran las distintas categorías o secciones.

Tabla 4. Lista de categorías o secciones plataforma Jompéame

No.	Categorías o secciones
1	Startups
2	Nuevos Productos
3	ONG'S
4	Apps
5	Páginas Web
6	Eventos
7	Películas
8	Revistas
9	Arte
10	Libros
11	Cómics
12	Videojuegos

Fuente: elaboración propia en base a los datos suministrado por www.jompéame.com

Para que un proyecto entre en la categoría de social debe cumplir con dos grandes requisitos: a) Ser un proyecto sin fines de lucro y b) que vaya a favor del mejoramiento social o de la comunidad. En lo que respecta a la comisión que cobra la plataforma, si el proyecto es sin fines de lucro se cobra un 5% independientemente de si se recaudó el total del monto propuesto o no.

La plataforma consta de dos métodos de recaudación:

1. El primero es el **método de recaudación flexible** en el cual aunque el proyecto no haya llegado a la meta se le entrega el total recaudado hasta la fecha en que estuvo activo. Optar por este método de recaudación flexible facilita que el emprendedor pueda conseguir la cantidad faltante por otros medios en vez de no disponer de nada por donde iniciar, como ocurre con otras plataformas de Crowdfunding en la cual si no se logra recaudar el monto meta se le retorna el dinero a los colaboradores y el emprendedor no obtiene nada.
2. El segundo es el **método de recaudación “Todo o nada”**, que es lo opuesto al anterior en el cual si el proyecto no cumple la recaudación meta en el tiempo establecido se le retorna el dinero al contribuyente.

Marco Legal

La plataforma Jompéame está regulada por la Ley No. 126-02 de Comercio Electrónico de la República Dominicana, sobre los pagos en línea solamente. Que indica que se debe pagar el ITBIS por cada transacción realizada.

Requisitos para presentar un proyecto

La plataforma demanda los siguientes requerimientos a la hora de presentar un proyecto:

Tabla 5. Requisitos para presentar un proyecto en la plataforma Jompéame

a)	La persona o empresa autor del proyecto no puede tener antecedentes penales.
b)	El proyecto debe ser de carácter emprendedor o social, debe tener clara la meta de recaudación y el tiempo que tomará recaudar dicho dinero.
c)	El proyecto debe tener un video que describa el proyecto y atraiga la atención de los contribuyentes.
d)	Se debe tener una descripción del proyecto que explique el manejo de los fondos y ofrezca mayores detalles del producto o servicio (No debe incluir detalles técnicos). Es importante aclarar el porqué del proyecto.
e)	El proyecto debe poseer una página en Facebook, Twitter o cualquier red social con al menos 100 likes (me gusta) o seguidores. O haberse presentado en al menos 1 programa de radio, tv o cualquier medio de comunicación.

- | | |
|----|--|
| f) | Se deben crear recompensas interesantes y que dependerán del proyecto, las cuales se ofrecerán a cambio de contribuciones monetarias. Dichas recompensas no pueden ser monetarias. |
|----|--|

Fuente: elaboración propia en base a la información en <http://www.jompeame.com/blog/faq>

El equipo de Jompéame expone que la participación de las personas para publicar sus ideas y proyectos en la plataforma se dificulta debido a que las personas no tienen bien definidas la idea de cómo funciona el crowdfunding y buscan recaudar dinero inmediatamente. En cuanto respecta a la participación de las personas en proyectos presentados en la plataforma, el equipo percibe buen apoyo y acogida, logrando que en 3 meses más de 100 personas distintas apoyen los proyectos.

Una de las causas principales que limita el desarrollo del Crowdfunding es el miedo y la desconfianza a las transacciones en línea. Este miedo y desconfianza radica en la poca información que se tiene al respecto y a la falta de promoción a una cultura digital más segura. En República Dominicana todavía las compras en línea son un tema, las personas le tienen miedo y no saben bien como ejecutarlas.

Para que el Crowdfunding tenga mayor éxito en República Dominicana debe promoverse más el comercio electrónico para que genere confianza en la sociedad y puedan realizar los pagos en línea sin miedo. Es por esto y por la necesidad de

proveerles a las personas una forma diferente de recaudar dinero sin que se endeudaran que se creó la plataforma Jompéame.

Es muy pronto para proyectar el futuro del Crowdfunding en la República Dominicana, pero se espera que con el tiempo este vaya siendo más aceptado y siga en crecimiento ya que es algo que se desarrollará a su tiempo pero cuando lo haga será como el internet, que estará en todos los lados.

Datos de interés

Tabla 6. Datos de interés la plataforma Jompéame

1. Mayor categoría por volumen recaudado	Cómic o historietas
2. Sección que solicita más financiación	Startups
3. Campañas totales hasta la fecha	8
4. Campañas finalizadas con éxito	1
5. Recaudación Total	RD\$800,000/ EU\$17,108.64 en 3 meses
6. Proyectos de cooperación o social presentados	Dos (2) en educación

Fuente: elaboración propia

7.3 Crowdfunding solidario en España

En España existen alrededor de 110 de plataformas Crowdfunding⁴ de las cuales 28 son de carácter solidario solicitando el apoyo para causas como: ayudar a reducir la pobreza, desarrollo humano, financiar proyectos de salud, medio ambiente o destinarlo a ONG de preferencia.

Tabla 7. Plataformas de Crowdfunding solidarias en España

PLATAFORMA DE CROWDFUNDING	DESCRIPCIÓN
BBVA Suma	BBVA Suma es una plataforma digital de financiación colectiva para causas solidarias
BetterNow	BetterNow te ofrece una posibilidad rápida, fácil y gratis de crear tu propia página de recaudación de fondos y así, ayudar a los demás.
Curable	Curable será la plataforma que permita financiar proyectos relacionados con el mundo sanitario (EN DESARROLLO)
Deportistas Solidarios	Es una iniciativa de la Fundación Deportistas Solidarios en Red cuyo objetivo es promover actividades deportivas vinculadas con la captación de fondos como expresión de cambio hacia una sociedad más justa.
Doafund	Somos una empresa social cuyo objetivo es evitar que familias en riesgo de exclusión pierdan su casa, al no poder hacer frente a su hipoteca.
EcoCrowdfunding	Si promueves una reforestación, campaña de educación ambiental, investigación, publicación o cualquier proyecto centrado en el medio ambiente, el

⁴ <http://www.crowdacy.com/crowdfunding-espana/> Web Consultada el 22/04/2015

	EcoCrowdfunding te puede ser de gran ayuda.	69
Flipover	FlipOver.org es una comunidad de apoyo a proyectos sociales. Trabajamos para conseguir el dinero, el tiempo y los recursos que otras personas necesitan.	
Funds4Research	Funds 4 Research (F4R) nace por la pasión de un grupo de personas por la investigación y la ciencia como factor de progreso y bienestar social.	
GetYourCause	GetYourCause tiene todo lo que necesitas para conseguir financiar aquello que más te importa, ya seas un emprendedor, un simpatizante de una ONG o simplemente una persona con un sueño.	
Hazlo Posible Microdonaciones	Apoya proyectos que hacen del mundo un lugar mejor para todos.	
I Love Science	I Love Science es una plataforma internacional para la financiación de proyectos científicos.	
LoHagoPor	Lohagopor: Haz algo por la gente que lo necesita. Crea tu reto solidario. Nosotros te ayudamos a difundirlo. Todo lo que recaudes irá a parar, íntegro, a la ONG que elijas. [CESE DE ACTIVIDAD]	
Mamá Monedero	Mamá monedero es una plataforma que te ayuda a promover y alcanzar tus deseos entre tus familiares y amigos.	
Mi Grano de Arena	Gracias a migranodearena.org podrás crearte tu propia web, de forma gratuita, con el objetivo de recaudar fondos para la institución benéfica que tú elijas.	
MiAportación.org	Miaportacion.org es un proyecto sin ánimo de lucro que pretende comunicar y cubrir las necesidades que tiene la gente más desfavorecida. Intenta dar respuesta a una pregunta que algunas veces nos hacemos: “me gustaría hacer algo por los demás pero no sé qué hacer”.	
Monta tu Luna de Miel	¿Sueñas con un viaje de novios que se sale de vuestro presupuesto? Consigue fondos gracias a tus amigos y familiares.	
NoTanRaras	Notanraras nace de una idea; la de	

	ayudar a personas invisibles a ser visibles ante la sociedad.	70
Patrocínalos	Patrocínalos es una plataforma de patrocinio deportivo mediante el sistema de crowdfunding. Patrocinamos élite, profesionales y aficionados. Además ponemos en juego patrocinios directos entre toda nuestra comunidad.	
SmileMundo	¡En SmileMundo creemos que todo el mundo tiene el poder y la fuerza para crear el cambio y que juntos tenemos la capacidad de hacer de este cambio algo sustancial!	
Sport2Help	Sport2help nace con la voluntad de hacer una red social solidaria. Cada Sporter tiene su perfil donde puede ir explicando los detalles de los retos que se marca y a qué entidad quiere ayudar.	
Taracea	Taracea es el programa de patrocinio y mecenazgo de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT).	
Teaming	Teaming es una iniciativa solidaria que nació en el año 1998 y que ayuda a los demás mediante microdonaciones de 1 euro. Todos los que hacemos Teaming donamos 1 euro al mes y lo destinamos a aquella causa social que elegimos.	
Trustparency	Trustparency surge como la primera plataforma de #storytelling para proyectos sociales con una propuesta centrada en comunicación y en gestión de comunidad.	
Win1Dream	WIN1DREAM Es la mayor red social de realización de sueños en el mundo! Es una plataforma social y cooperativa, que ayuda a las personas alcanzar sus sueños.	
Worldcoo	Junta a las personas y a las empresas a financiar innovadoramente en la cooperación.	

Fuente: elaboración propia en base a la información de www.crowdacy.com/crowdfunding-espana/

A continuación se presentan algunas imágenes que muestran cómo funcionan algunas plataformas solidarias, esperando que en un futuro en la República Dominicana existan plataformas de este tipo.



Figura 22. Campaña solidaria de la plataforma crowdfunding mi grano de arena

Fuente: www.migranodearena.org



Figura 23. Campaña crowdfunding Haz lo posible

Fuente: www.hazloposible.org



Figura 24. Plataforma solidaria SmileMundo

Fuente: www.smilemundo.org/es

Las primeras plataformas de Crowdfunding en España iniciaron en el 2010, aunque los españoles ya estaban bastante empapados sobre en qué consistía esta herramienta anteriormente, gracias al gran auge de la plataforma KickStarter (Estados Unidos) y la interacción de usuarios españoles en ella, logrando con estos conocimientos más un desarrollo en tecnología superior al de República Dominicana plataformas Crowdfunding exitosas y diversas.

7.4 Estudio de oportunidades y dificultades del Crowdfunding en la República Dominicana

A lo largo de todo el trabajo se ha visto el Crowdfunding desde diferentes puntos de vista y dependiendo desde la perspectiva que se le observe no todo es perfecto. A continuación se presenta un estudio sobre las oportunidades y dificultades que representa esta herramienta de financiación en la República Dominicana.

OPORTUNIDADES

- Es una manera rápida y fácil de obtener dinero para financiar proyectos e ideas, en parte gracias a la propagación de información por internet.
- Facilita financiar proyectos sociales de manera innovadora con pequeñas cantidades de dinero que de otra manera no sería posible, ayudando así al desarrollo de comunidades.
- Permite acercar inversionistas a financiar proyectos con los cuales se sienten identificados, acercando la relación contribuyente/emprendedor más allá de lo monetario, fomentando el principio de participación.
- Financiar proyectos sin endeudarse.
- Crear y fortalecer relaciones con nuevos actores ya sean contribuyentes, otros emprendedores o empresas que quieran aportar.

- Lanzar nuevas ideas sin incurrir en grandes costes.
- Se obtiene financiación desde cualquier parte del mundo.
- Un proyecto exitoso significa más que el haber recaudado dinero, es mayor atención del público y medios sociales, llevando el proyecto a mayores niveles.
- Empoderar grupos minoristas y marginados, apoyando a ONGS y Fundaciones que se dediquen a mejorar sus formas de vida.

DIFICULTADES

- Poca promoción al Crowdfunding: pocas personas conocen sobre la plataforma.
- Solo un grupo reducido de personas están dispuestas a colaborar en proyectos vía internet sin fuentes legales o garantías más reales de las cuales fiarse, más en esta etapa tan temprana.
- Si el proyecto no está adecuadamente presentado y enfocado es posible que no logre ser de interés, estando en riesgo de no ser financiado.
- Miedo al fraude y la desconfianza: muchas personas temen al fraude a proyectos que no sean para las causas que proponen, ser timados y no saber cómo llevar los casos a la justicia.

- El Crowdfunding puede usarse también por instituciones estatales y empresariales, pero por la falta de experiencia y modo de uso no tienen un rol tan activo.

Si bien el Crowdfunding sería una interesante fuente de financiación para el tercer sector y personas interesadas en presentar proyectos en pos del bienestar social, hay que tener en cuenta factores que dificultan estas buenas intenciones y es que aunque el internet y el acceso a redes sociales estén al alcance de casi todos, existen riesgos y desconfianza en el mundo digital que los dominicanos aún no saben cómo prevenir o como tomar medidas de seguridad para su tranquilidad. El internet está al alcance de todos, pero no una cultura de cómo utilizarlo correcta y seguramente, y hasta que esto no sea tratado muchas personas y organizaciones seguirán estando retraídas al uso del Crowdfunding.

8. CONCLUSIONES

- El término de Crowdfunding se populariza a próximamente en el 2008 gracias a las nuevas tecnologías y desarrollo de plataformas en internet que permiten que la colaboración no sea solo física sino más allá. La financiación colectiva no es algo nuevo se remota desde hace muchos años atrás, pero el hecho de facilitarla gracias a plataformas en internet hace que nazca la definición de Crowdfunding.
- Massolution registró en el 2013 alrededor de 600 plataformas de Crowdfunding en el mundo estando la mayoría en Estados Unidos y Europa.
- El Crowdfunding es una alternativa reciente y novedosa de financiamiento revolucionado por las tecnologías de la comunicación, es por esto que no existe mucha documentación ni literatura de carácter académico que hagan referencia sobre el Crowdfunding en la República Dominicana aún.
- De las principales ventajas que tiene es la oportunidad de que las personas desde cualquier parte del mundo puedan colaborar con iniciativas y microproyectos en pos de la sociedad. Este apoyo permite no solo ayudar a grupos vulnerables y marginados, sino en un futuro

empoderarles para que puedan incursionar en la sociedad y en la economía exitosamente.

- Según las contribuciones que se hagan a las campañas, el Crowdfunding tiene cuatro modalidades las cuales son las siguientes:
 - Recompensa
 - Donación
 - Préstamo
 - Participación o inversión
- Para el tercer sector, que siempre es un reto la búsqueda de financiación el Crowdfunding representa una alternativa en la cual acceder a recursos económicos, simpatizantes de la causa y difusión de sus proyectos sociales más allá de las limitantes geográficas.
- En la República Dominicana se encuentra aproximadamente registradas 5,806 ONG, Fundaciones y asociaciones, de las cuales la mayoría reciben financiamiento por parte del Estado, agencias internacionales y por ayuda particular (personas, amigos, familiares). Muchas de estas no están operando y se financian casi todas por recaudación propia, es decir aportan los mismos miembros. Algunas usan redes sociales para buscar apoyo, pero el método tradicional de recaudar cara a cara sigue predominando. El Crowdfunding sería una alternativa beneficiosa para estas ONG y Fundaciones.

- Muchas ONG y fundaciones no usan todavía el Crowdfunding por diversas razones, entre ellas:
 - Desconocimiento. Muchos no conocen esta herramienta ni cómo funciona, pero una vez explicado de cómo va se muestran más abierto a su futuro uso.
 - Miedo al fraude. Al ser reciente en la República Dominicana aún no se sabe cómo se procederá en casos de fraude o engaño, ya que el ciberdelito es una de las tareas pendiente que debe seguir desarrollando el país.
 - Desconfianza. Viene muy estrechamente ligada al desconocimiento, al no saber lo suficiente de cómo funciona la plataforma se retraen de participar y desconfía de que pueda funcionar realmente. Por este caso la plataforma Jompéame está realizando acercamientos a este sector con el objetivo de que se sientan seguros y confiados que el Crowdfunding funciona y se usa en otros países exitosamente.
- Jompéame es la primera plataforma de Crowdfunding en la República Dominicana, Su modelo es basado en el Crowdfunding por recompensa en el cual los colaboradores reciben beneficios o recompensas no monetarias ya sea preferencia en el producto o servicio, paquetes promocionales del mismo entre otros.

- Si bien Jompéame se creó en un principio para ayudar a jóvenes emprendedores, han habilitado y fortalecido una sección para ONG, fundaciones y microproyectos sociales, permitiendo así abrir oportunidades y creación de sensibilización social.
- Una de las características más interesantes de esta plataforma dominicana es que dominicanos que se encuentren en otros países pueden aportar y ayudar a sus comunidades sin la necesidad de tener que desplazarse y a la vez seguir expandiendo la información a su grupo cercano en el país donde se encuentre.
- Para que el Crowdfunding tenga mayor éxito en República Dominicana debe promoverse más el comercio electrónico para que genere confianza en la sociedad y puedan realizar los pagos online sin miedo.
- El Crowdfunding es también un indicador poderoso para identificar cuales proyectos apoyan las personas para que este pueda realizarse o llevarse a cabo exitosamente y cuáles no.
- Al final no se puede olvidar que es una manera rápida y fácil de financiar proyectos sociales con pequeñas cantidades, ayudando así al desarrollo de comunidades y mejorando el nivel de vida de las personas.

BIBLIOGRAFIA

- Baeck, Peter, et al. 2012. “Crowding in How the UK’s businesses, charities, government, and financial system can make the most of crowdfunding”. Nesta United Kindom.
- Belleamme, Paul, et al. 2013. “Crowdfunding: Tapping the right crowd”. *Journal of Business Venturing*.
- Centro de Exportación e Inversión de la Republica Dominicana (CEI-RD). “Perfil económico de la República Dominicana”. Santo Domingo, República Dominicana.
- Centro Nacional De Fomento y Promoción de las (ASFL). “Registro Nacional de Habilitación de ONG”. Octubre 2015.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). “Objetivos de Desarrollo del Milenio: Perfiles de países República Dominicana”.
http://interwp.cepal.org/perfil_ODM/perfil_pais.asp?pais=DOM&id_idioma=1
Consultada por última vez el 30 de Abril 2015.
- Crowdacy. “Plataformas de crowdfunding solidarias en España”
<http://www.crowdacy.com/crowdfunding-espana/> Web Consultada por última vez el 22 de Abril 2015.
- Crowdsourcing.org. 2012. “Crowdfunding Industry Report 2012”.

- Dapp, F. Thomas 2013. “Crowdfunding an Alternative source of funding with potential”. Deutsche Bank AG DB Research Frankfurt am Main Germany.
- De Buysere, Kristof. Et al. 2012. “A Framework for European Crowdfunding”. www.crowdfundingframework.eu.
- Everett, R.Craig 2013. “Origins and Development of Credit-Based Crowdfunding”. Working paper. Assistant Professor of Finance Pepperdine University.
- Experiencias de Crowdfunding en el Estado Español y Cataluña: Principales Características, Retos y Obstáculos. Informe the X.net. 2013.
- Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) 2014. Crowdfunding en México. “Cómo el poder de las tecnologías digitales está transformando la innovación, el emprendimiento y la inclusión económica”. Fondo Multilateral de Inversiones, Acceso a Mercados y Capacidades. Washington, D. C.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Freedman, M.David y Matthew R. Nutting 2014. “A Brief History of Crowdfunding Including Rewards, Donation, Debt, and Equity Platforms in the USA”. Actualizado en Octubre 2014.
- Gadj, Oliver y James Walton 2013. “Review of Crowdfunding for Development Initiatives”. *Report*. Evidence on Demand. Climate, Environment, Infrastructure and Livelihoods.

- Historia del Crowdfunding (2013).Diario digital de ciencia y tecnología “La flecha”. <http://laflecha.net/historia-del-crowdfunding/>. Consultada por última vez el 30 de Abril 2015.
- Hollis, Aidan 1996. “The evolution of a microcredit institution the irish loan funds, 1720 – 1920”. Working paper number ut-ecipa-ecpap-96-01. Department of Economics and Institute for Policy Analysis University of Toronto.
- Ibberson, Michael 2013. “Time for a history lesson: the evolution of crowdfunding”. CrowdclanBlog. <http://www.crowdclan.com/time-for-a-history-lesson-the-evolution-of-crowdfunding/>
- Infocrowdsourcing. “Mercado de Crowdfunding en España y Latinoamérica”. Julio 2013.
- Massolution 2013. “The Crowdfunding Industry Report 2013”.
- Mata, Judith 2014. “Las campañas de crowdfunding Su eficacia en proyectos lucrativos y causas sociales” (tesis doctoral). Universitat Ramon Llull. Barcelona, España.
- Moissejev, Alexey 2013. “Effect of Social Media on Crowdfunding Project Results”. Dissertations and Theses from the College of Business Administration. Paper 39. University of Nebraska–Lincoln. Lincoln, Estados Unidos.
- Mollick, Ethan 2013. “The dynamics of crowdfunding: An exploratory study”. *Journal of Business Venturing*. The Wharton School of the University of pennsylvania, United States.

- Oficina Nacional de Estadística de la República Dominicana ONE. “Población Nacional de la República Dominicana IX Censo Nacional de Población y Vivienda 2010”. www.one.gob.do Consultada por última vez el 30 de Abril 2015.
- Página Web Fundación Haz lo Posible. www.hazloposible.org. Consultada por última vez el 30 de Abril 2015.
- Plataforma Crowdfunding Jompéame. <http://www.jompeame.com/>. Visitada por última vez el 30 de abril 2015.
- Plataforma Crowdfunding Mi grano de arena. www.migranodearena.org. Consultada por última vez el 30 de Abril 2015.
- Plataforma Crowdfunding SmileMundo. www.smilemundo.org/es Consultada por última vez el 30 de Abril 2015.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). “Acerca de República Dominicana”. PNUD <http://www.do.undp.org/> . Consultada por última vez el 30 de Abril 2015.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). “Informe de Desarrollo Humano El ascenso del Sur: Progreso humano en un mundo diverso”. 2013.
- Ramos, Javier 2014. “Crowdfunding and the Role of Managers in Ensuring the Sustainability of crowdfunding Platforms”. Complutense de Estudios Internacionales. European Commission Joint Research Centre.
- Rivera Butzbach, Eric. 2012 “Crowdfunding: la eclosión de la financiación colectiva un cambio tecnológico, social y económico”. 1ª edición. Barcelona

- Rubinton, J Brian 2011. “Crowdfunding: Disintermediated Investment Banking”. FINE 547 Advanced Finance Seminar. McGill University.
- Schwienbacher, Armin y Benjamin Larralde 2010. “Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures”. Working paper .Oxford University Press.
- Spiegel, Peter 2007. “Muhammad Yunus, el banquero de los pobres”.Alemania: Verlag Herder, Freiburg im Breisgau.
- Steinberg, Scott y Rusel deMaria 2012. “The Crowdfunding Bible”. Publicado por Red.me.
- Tejada C, Milton 2011. “Impacto Socio-Económico de las Asociaciones sin Fines de Lucro en República Dominicana”. Santo Domingo, República Dominicana: Alianza ONG.
- The World Bank 2013. “Report Crowdfunding in Development Countries”.

ANEXOS

A.1 Perfil de República Dominicana

La República Dominicana se encuentra ubicada en el caribe del continente Americano, entre Puerto Rico y Cuba, haciendo frontera geográfica con Haití. Posee una superficie de 48, 442 km² y su ciudad capital es Santo Domingo⁵. Su moneda es el peso dominicano y su idioma oficial es el español

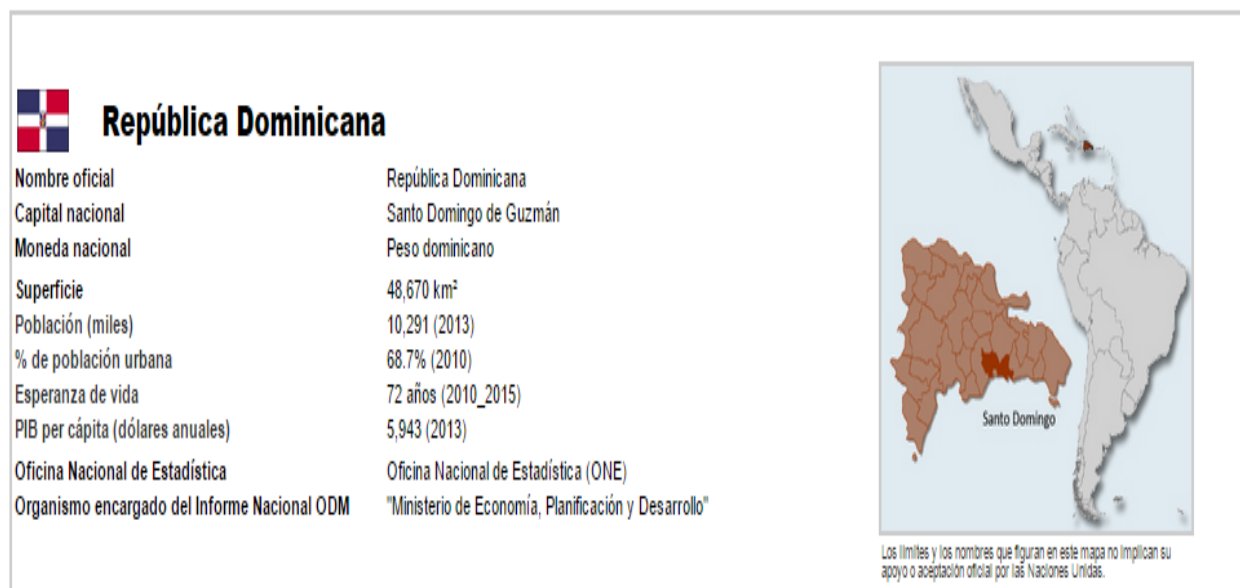


Figura 25. Perfil de República Dominicana

Fuente: http://interwp.cepal.org/perfil_ODM/perfil_pais.asp?pais=DOM&id_idioma=1

⁵ CEI-RD. Perfil económico de la República Dominicana.



Fuente: oficina nacional de estadística
Figura 26. Población dominicana

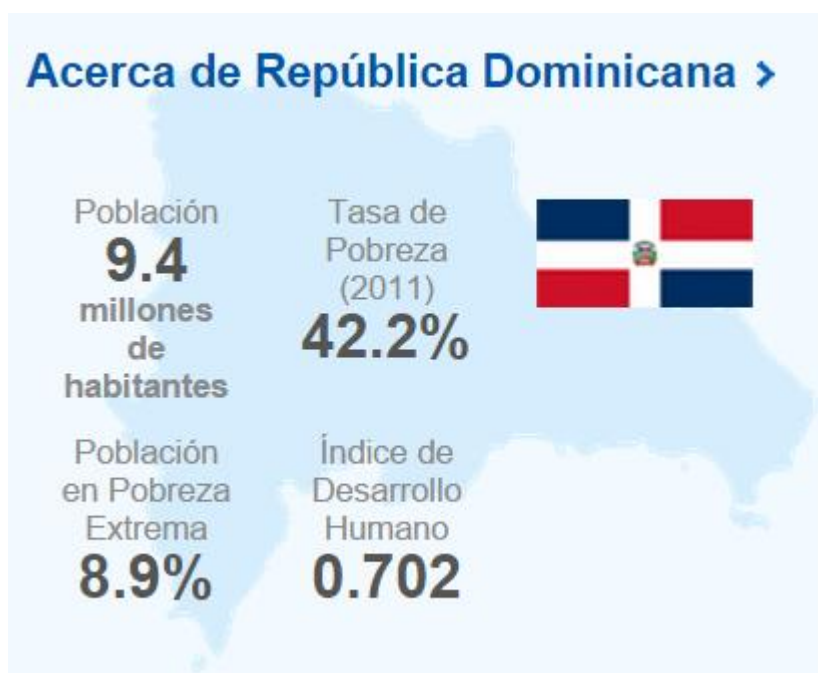


Figura 27. Datos de interés de la República Dominicana

Fuente: PNUD <http://www.do.undp.org/>

Tabla 8. Adopción de tecnologías de la República Dominicana

PAÍSES	Adopción de tecnologías	(por cada 100 personas)	
DESARROLLO HUMANO MEDIO	Computadoras personales	Usuarios de internet	Abonados a teléfonos fijos y móviles
República Dominicana	2.2	39.5	99.8

Fuente: elaboración propia en base a los datos del Informe de Desarrollo Humano 2013

Tabla 9. Composición porcentual de los hogares, por tenencia de servicio a internet, según características socioeconómicas

Características socioeconómicas	Condición de tenencia					
	2011		2012		2013	
	Tiene internet	No tiene internet ⁽¹⁾	Tiene internet	No tiene internet ⁽¹⁾	Tiene internet	No tiene internet ⁽¹⁾
Educación del jefe del hogar						
Ninguna o inicial	1,6	98,4	2,8	97,2	1,1	98,8
Básica o primaria	5,0	95,0	6,9	93,1	8,3	91,7
Media o secundaria	14,1	85,9	16,3	83,6	21,3	78,7
Universitario	38,5	61,5	41,3	58,7	45,4	54,5
Posgrado	60,1	39,9	77,8	22,2	70,1	28,9
No sabe o sin información	7,3	92,7	13,6	86,4	6,2	93,8
Grupo quintílico de riqueza						
Grupo más pobre	0,1	99,9	1,0	98,9	-	-
Segundo grupo	0,7	99,3	3,6	96,3	-	-
Grupo intermedio	4,3	95,7	6,9	93,1	-	-
Cuarto grupo	11,6	88,4	17,9	81,9	-	-
Grupo más alto	46,5	53,5	46,3	53,7	-	-

Fuente: elaborado por la ONE según datos del Encuesta Nacional de Hogares de Propósitos Múltiples (ENHOGAR)

A.2 PLANTILLAS DE ENTREVISTAS Y ENCUESTAS



POLITÉCNICA

Entrevistas a Expertos Crowdfunding

Nombre Completo

1. ¿Cómo definiría el Crowdfunding en una frase (del tamaño de un tweet)?
2. ¿Ha participado en alguna campaña de Crowdfunding anteriormente? Hable de su experiencia por favor.

☐ Sí
☐ No
3. ¿Qué opina del panorama del Crowdfunding en República Dominicana?
4. ¿Cómo valoraría el sector del Crowdfunding en cuanto a perspectivas de futuro en República Dominicana? ¿es un mercado en crecimiento, puede que se quede rezagado o su futuro es muy incierto?
5. ¿Cuáles recomendaciones apuntaría para que el Crowdfunding tuviera mayor acogida en República Dominicana?
6. ¿Cree que los dominicanos están preparados para este nuevo tipo de financiación colectiva en línea? ¿Por qué?

☐ Sí
☐ No
☐ Puede ser
☐ Otro

Encuesta sobre Crowdfunding en República Dominicana



Nombre de ONG/FUNDACIÓN:

1. ¿Conocen sobre crowdfunding?

☐ Sí

☐ No

2. ¿Cuántos proyectos llevan y cuántos son financiados en su totalidad por este método?

3. ¿Han sido exitosos? Es decir, ha tenido buena acogida del público?

☐ Sí

☐ No

4. ¿Desde hace cuánto tiempo cuenta con la aportación en masas para financiar proyectos?

5. ¿Suben sus proyectos a una plataforma de internet específica o lo hacen de manera tradicional o ambos?

☐ Internet

☐ Tradicional

☐ Ambos

6. ¿Cómo han tenido más participación En línea o tradicional?

☐ En línea

☐ Tradicional

7. ¿Conocen de la existencia de plataformas para el crowdfunding? Las han usado?

- ☐ Sí la conocemos, pero no la hemos usado
- ☐ Sí la conocemos, y la hemos usado
- ☐ No la conocemos.

8. ¿Poseen su propia plataforma?

- ☐ Sí
- ☐ No

9. ¿Recurriría al Crowdfunding para financiar proyectos? Por qué?

- ☐ Sí
- ☐ No

10. ¿Cuál es su mayor fuente de financiación?

- ☐ PUBLICA (ESTADO, GOBIERNO)
- ☐ PRIVADA (EMPRESAS)
- ☐ INSTITUCIONES U ORGANISMOS INTERNACIONALES (BANCO MUNDIAL, BID)
- ☐ PARTICULAR (PERSONAS, JUNTAS DE VECINOS)
- ☐ OTROS (ESPECIFIQUE)